

# GỖ & NỘI THẤT

101

ẨM PHẨM CỦA HỘI MỸ NGHỆ & CHẾ BIẾN GỖ TP. HỒ CHÍ MINH (HAWA)



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

» Tiêu điểm:

**Tăng nguồn lực, đón thời cơ**

**TAVICO**home<sup>®</sup>  
VIEFURN 365 the 3rd

Đơn vị tổ chức

Đơn vị thực hiện

Đơn vị đồng thực hiện



**TAVICO**

Gỗ Tây cho Người Việt

**TAVICO**home<sup>®</sup>  
Thế Giới Gỗ & Nội Thất

**TACAS**

**HỘI CHỢ ĐỒ GỖ CUỐI NĂM 2024**

*Lễ Hội Mua Sắm*

**NEW YEAR NEW HOME**

**TẠI THỦ PHỦ ĐỒ GỖ HỒ NAI**

**19.12.2024**

–

**19.01.2025**



**Nội thất hiện đại**



**Nội thất truyền thống**



**Gỗ xây dựng & thiết kế thi công**



**Nguyên phụ liệu & máy móc ngành gỗ**

Scan to register



📍 81 Đường Điều Xiển, KP.9, P.Tân Biên, TP.Biên Hòa, Đồng Nai.

☎ **0855.555.595**

GIẤY PHÉP SỞ CÔNG THƯƠNG TỈNH ĐỒNG NAI  
Số 05/SCT-TM ngày 07.11.2023





**MÁY CỬA LỌNG CNC**



**MÁY MỘNG ÂM 10 ĐẦU CNC**



**MÁY GHÉP HÌNH CNC**



**TRUNG TÂM GIA CÔNG CNC 5 TRỤC**



**MÁY CHÀ NHÁM CHỖI 9 TRỤC**

**Trụ sở chính** : 39H2, KP Phú Hội, F. Vĩnh Phú, TP. Thuận An, Bình Dương  
**Miền Trung** : Tổ 3, Khu vực 5, P. Nơnh Phú, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định  
**Miền Nam** : Khu dịch vụ Tân Cảng - Long Bình, TP. Biên Hòa, Đồng Nai  
**Miền Bắc** : Số 40 Phố Nguyễn Khê, Xã Nguyễn Khê, Đông Anh, Hà Nội

**HOTLINE**  
**0983.177.534**





## TIÊU ĐIỂM



## ĐỐI THOẠI



## HOẠT ĐỘNG HỘI



## CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT



## KÚC TIẾN THƯƠNG MẠI



## CÔNG NGHỆ



## PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

12 “Made in Vietnam” sẽ thế chỗ “made in China”?

20 Thách thức mang tên nguồn nhân lực

25 Giải bài toán cân bằng nguồn lực

32 Đừng bỏ lỡ thời cơ “dân số vàng”

38 Chủ động nguyên liệu cho thủ công mỹ nghệ

16 Nhân lực: Nhìn từ chuỗi giá trị ngành chế biến gỗ

22 Thiếu động lực khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

28 Nỗ lực 3 phía để nâng chất nguồn lực

36 Biến đổi tác thành người đồng hành

42 Đến Nghĩa Sơn học chuyển đổi số



50 Chuỗi cung ứng xanh “made in Vietnam”

60 Dụng công nghệ tạo lợi thế cạnh tranh

64 Giảm lãng phí, tối đa hiệu suất

68 “Làm sạch” chuỗi cung ứng

56 Cơ hội chuyển đổi xanh hơn từ vật liệu gỗ

62 Tối ưu hóa sản xuất

66 Thay đổi ngoạn mục ở Ekornes

70 Giải pháp năng lượng giúp giảm phát thải khí nhà kính

In 1.500 bản, khổ 21x29,7 cm  
tại CÔNG TY TNHH MTV LÊ QUANG LỘC  
Địa chỉ: 161 Lý Chính Thắng, Q.3, TP.HCM  
Số XNDKXB: 3652-2024/CXBIPH/02-41/ThT  
Quyết định xuất bản số: 204/QĐ-NXBTT  
NXBTT cấp ngày 02 tháng 12 năm 2024  
Số ISBN: 978-604-310-943-6  
In xong và nộp lưu chiểu quý IV năm 2024

Đối tác liên kết: Công ty Cổ phần Phát triển HAWA  
Địa chỉ: 41-45, đường số 7, KĐT Vạn Phúc, P. Hiệp Bình Phước, TP. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh  
Chịu trách nhiệm xuất bản, nội dung: Giám đốc - Tổng Biên tập **Phùng Thị Mỹ**  
Biên tập: **Phương Lam Giang, Trần Ngọc Thương**  
Chủ biên: **Trần Việt Tiến**  
Biên soạn: **Phùng Quốc Mẫn, Nguyễn Quốc Khanh, Nguyễn Chánh Phương, Phương Quyên, Phạm Hồng**  
Thiết kế mỹ thuật: **Đỗ Tiến Đạt**  
Phụ trách tài trợ - Sửa bản in: **Trần Kim - Hồng Anh**

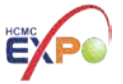




**Hawa  
Expo**

NAVIGATING  
THE WORLD OF  
POSSIBILITY

Organized by



# HOCHIMINH EXPORT FURNITURE FAIR

# Hawa 20 Expo 25

05 –  
07  
MARCH

20  
25

**WHITE PALACE**

588 Pham Van Dong Street,  
Thu Duc City, Ho Chi Minh City

Gateway to Vietnam's furniture prowess

## FACT & FIGURES

600  
Booths

300  
Exhibitors

20.000  
Buyers & Visitors



[hawaexpo.com](http://hawaexpo.com)  
[info@hawaexpo.com](mailto:info@hawaexpo.com)  
+84 987 980 859

BOOK  
A SPACE



# 6 chìa khóa mở tương lai ngành nội thất Việt



➤ **ÔNG STEPHAN ULRICH**

Giám đốc toàn cầu của chương trình SCORE và Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững thuộc ILO

KHI VIỆT NAM NGÀY CÀNG TRỞ THÀNH TRUNG TÂM SẢN XUẤT TOÀN CẦU, VIỆC ĐẦU TƯ VÀO CON NGƯỜI LÀ CHÌA KHÓA ĐỂ NẮM BẮT CÁC CƠ HỘI MỚI VÀ DUY TRÌ SỰ BỀN VỮNG TRONG MỘT THẾ GIỚI ĐANG THAY ĐỔI NHANH CHÓNG

**N**ăm 2020, tôi có dịp đến thăm Công ty cổ phần Woodland tại Tuyên Quang trong khuôn khổ hợp tác giữa HAWA và Chương trình Phát triển doanh nghiệp bền vững (SCORE) của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO). Đây là một trong những chuyến thăm tôi yêu thích nhất. Sau khi chương trình cải tiến được triển khai, đặc biệt là ở các dây chuyền định hình và đóng gói, chúng tôi đã chứng kiến những chuyển biến ấn tượng: Với cùng số lượng công nhân và máy móc, quy trình vận hành trở nên hiệu quả hơn rất nhiều.



Thành công này có được là nhờ sự tham gia tích cực của lực lượng lao động và các chương trình đào tạo kỹ lưỡng, đặt nền móng vững chắc để vận dụng các phương pháp cải tiến như sản xuất tinh gọn (Lean Manufacturing).

Chỉ trong thời gian ngắn, ngành chế biến gỗ Việt Nam đã có những bước tiến lớn dù phải đối mặt với những biến động nghiêm trọng như Covid-19 năm 2021 và suy thoái kinh tế đầu năm 2023. Những bước phát triển vượt qua biến động này cho thấy lực lượng lao động có kỹ năng là một trong những năng lực cạnh tranh cốt lõi của ngành. Khi Việt Nam ngày càng trở thành trung tâm sản xuất toàn cầu, việc đầu tư vào con người là chìa khóa để nắm bắt các cơ hội mới và duy trì sự bền vững trong một thế giới đang thay đổi nhanh chóng. Câu hỏi đặt ra là, đầu tư thế nào?

Đối chiếu với những biến chuyển và đòi hỏi mới của thị trường nội thất toàn cầu. Có thể thấy, doanh nghiệp (DN) và toàn ngành cần chú trọng đầu tư vào các giá trị sau đây:

**1. Phát triển kỹ năng:** Khả năng thu hút các đơn hàng sản xuất toàn cầu của Việt Nam là rất ấn tượng, ngay cả trong bối cảnh kinh tế không ổn định. Lực lượng lao động trẻ và năng động là tài sản lớn, nhưng chỉ dựa vào chi phí lao động thấp thì chưa đủ. Sức mạnh thực sự đến từ việc nâng cao năng suất thông qua đào tạo và phát triển kỹ năng tốt hơn.

Bằng cách đầu tư vào đào tạo toàn diện, các DN chế biến gỗ có thể xây dựng lực lượng lao động trẻ có kỹ năng. Những DN gỗ hàng đầu mà chúng tôi làm việc cùng rất coi trọng đào tạo; cả kỹ năng quản lý và kỹ năng kỹ thuật đều cần thiết để duy trì tính cạnh tranh của DN. Các hiệp hội ngành và tổ chức hỗ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm giúp DN cải tiến.

**2. Cải thiện điều kiện làm việc:** Cải thiện an toàn lao động và phúc lợi là yếu tố quan trọng để thu hút, giữ chân lao động có kỹ năng. Khi sản xuất được mở rộng, sự cạnh tranh về nhân lực cũng trở nên gay gắt. Ngành gỗ cần xây dựng được hình ảnh một môi trường làm việc an toàn, hiệu quả và lành mạnh với





các cơ hội thăng tiến rõ ràng. Cách tiếp cận này có thể cải thiện đáng kể hiệu quả tuyển dụng và giữ chân nhân tài.

3. **Số hóa:** Số hóa có tiềm năng lớn trong việc tăng năng suất lao động. Tại Công ty Cổ phần Lâm Việt, các công cụ số hóa bảo trì của chương trình Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững của ILO đã giúp giảm hơn 40% thời gian ngừng máy và tiết kiệm đáng kể chi phí bảo trì. Các công cụ này cho DN quản lý hệ thống bảo trì một cách chiến lược hơn, với sự tham gia tốt hơn của người lao động. Cần phải lưu ý là thành công này được xây dựng trên nền tảng nhiều năm đầu tư vào đào tạo nhân viên để họ thích nghi với công cụ kỹ thuật số. Phát triển kỹ năng số cho toàn bộ lực lượng lao động là điều cần thiết để sử dụng công nghệ hiệu quả, nâng cao hiệu suất và duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

4. **Chuyển đổi xanh:** Một tín hiệu đáng mừng là nhiều DN chế biến gỗ Việt Nam đang tiên phong trong quá trình chuyển đổi xanh. Các dự án thí điểm về giảm phát thải khí nhà kính của ILO tại một số DN trong ngành cho thấy có thể giảm khoảng 10% lượng phát thải đơn giản bằng cách nâng cao nhận thức của người lao động và áp dụng các biện pháp quản lý phát thải với chi phí thấp. Một lực lượng lao động có nhận thức tốt về bền vững sẽ thúc đẩy các DN nâng

cao năng lực cạnh tranh trong thị trường toàn cầu ngày càng quan tâm hơn đến môi trường.

5. **Tăng cường phối hợp trong ngành:** Sự hợp tác chặt chẽ hơn giữa các DN, hiệp hội ngành và cơ quan Chính phủ có thể nâng cao đáng kể chất lượng nguồn nhân lực trong ngành. Chia sẻ các thực hành

tốt và thúc đẩy học hỏi lẫn nhau đã được chứng minh là những sáng kiến hiệu quả của các hiệp hội. Khi các hiệp hội ngành phối hợp tốt trong vai trò điều phối này, toàn ngành sẽ được hưởng lợi từ sự phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng của nguồn nhân lực.

6. **Đóng góp phát triển chính sách dựa trên mô hình thực tiễn:**

Ngành chế biến gỗ đã có được nhiều kinh nghiệm thực tế có giá trị trong phát triển lực lượng lao động ở cấp DN.

Bằng cách tổng hợp và chia sẻ các kinh nghiệm thực tiễn này, ngành có thể góp phần xây dựng, và nâng cao hiệu quả của các chính sách hỗ trợ cho ngành. Góp ý nâng cao hiệu quả của chính sách thông qua dữ liệu từ các mô hình thực tế đã được kiểm chứng sẽ giúp các nguồn lực hỗ trợ ngành của Chính phủ được sử dụng hiệu quả hơn và các chính sách quốc gia cùng chương trình hỗ trợ sẽ đáp ứng tốt hơn nhu cầu thực tế của DN.

Chú trọng đầu tư 6 yếu tố này, với tiềm năng và cơ hội hiện tại, tôi tin rằng ngành chế biến gỗ Việt Nam sẽ cải thiện được năng suất, từng bước nâng cao vị thế và tiến đến phát triển bền vững. 📌

“ PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG SỐ CHO TOÀN BỘ LỰC LƯỢNG LAO ĐỘNG LÀ ĐIỀU CẦN THIẾT ĐỂ SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ HIỆU QUẢ, NÂNG CAO HIỆU SUẤT VÀ DUY TRÌ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH TRÊN THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU ”

**GIẢI PHÁP CẮT DA THẬT THAGORA**  
by **LEAR**

**SCANNING**



sử dụng máy scan số  
hoa hình ảnh con da

**PROJECTOR  
CUTTING**



Bàn cắt tay sử dụng  
projector

**NESTING**



Sắp sơ đồ tự động  
trên nhiều con da  
cùng lúc bằng GPU

**CUTTING**



**THAGORA** Máy cắt da tự động  
**LEAR** Pathon KT2C

**CUTTING**



**RUIZHOU** Máy cắt da tự động  
SINCE 1995 Ruizhou



Scan QR đăng ký tư vấn giải pháp  
cho doanh nghiệp bạn

Hotline (zalo): 0938-623-889

**NHÀ TƯ VẤN VÀ CUNG CẤP GIẢI PHÁP CAD/CAM CHUYÊN NGHIỆP**



# GOODTEK

## DOUBLE SURFACE PLANER

特 性：重切削、低噪音、可加工短料  
 Features: Heavy planing, Low noise, for short material processing.

全系列產品均獲多項專利保護 侵權必究  
 Full range of products are patent protected  
 All Rights Reserved



HS-635ARD



標準配備  
standard accessory



GTM-1020W



選購配備  
optional accessory

### Challenge

Shortest workpiece of 100 mm  
 for double surface planing.  
 A pioneer in waste processing.



GT-400SF

本機已獲得中國大陸及台灣地區多項專利(仿冒必究)



選購配備  
optional accessory



GTM-1320W



GT-600JJ

雙斜軸自動平刨機  
 Double Bevel Spindle Auto. Jointer

本機已獲得中國大陸及台灣地區多項專利(仿冒必究)



GT-610B (24")

GT-450B (18")

GT-400B (16")



GT-760ARD (30")

GT-635ARD (25")

GT-610A (24")

耀登機械股份有限公司  
**GOODTEK MACHINERY CO., LTD.**

42942 台中市神岡區豐工中路 42 號 (豐洲科技園區內)  
 No. 42, Fenggong Central Rd., Shengang Dist.,  
 Taichung City 42942 (Feng Chou High-Tech Park)  
 Tel.: +886-4-2528-7668(Rep.) Fax: +886-4-2528-7669  
 E-mail: gtm8@ms47.hinet.net http://www.goodtek.com.tw



CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VĨ ĐẠI  
 175 Hoa Lan, Phường 2, Quận Phú Nhuận, TP.HCM, Việt Nam  
 Hotline: (84) 079 2356 799 Tel: (84.28) 3517 3407 (5 lines)  
 E-mail: info@vetta.com.vn - sales@vetta.com.vn  
 Website: http://www.vetta.com.vn





# Thương mại song phương Việt - Mỹ dưới thời Donald Trump 2.0

➤ TÔ ANH TUẤN

Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu chiến lược ngoại giao (Bộ Ngoại giao)  
Nguyên Tham tán, Trưởng phòng Kinh tế Đại sứ quán Việt Nam tại Mỹ

ĐẶT LỢI ÍCH CỦA NGƯỜI DÂN VÀ SẢN XUẤT CỦA MỸ LÊN TRÊN, CHÍNH QUYỀN CỦA TỔNG THỐNG DONALD TRUMP KHÔNG HẠN CHẾ THƯƠNG MẠI MÀ THÚC ĐẨY THƯƠNG MẠI CÔNG BẰNG, TẠO THÊM VIỆC LÀM CHO NƯỚC MỸ, ĐƯA SẢN XUẤT VỀ MỸ, GIÁM THÂM HỤT THƯƠNG MẠI... LIỆU ĐƯỜNG ĐƯA HÀNG HÓA VÀO MỸ CỦA NHỮNG QUỐC GIA CUNG ỨNG NHƯ VIỆT NAM CÓ CÒN RỘNG MỞ NHƯ NHỮNG NĂM QUA?

## Những rào cản thương mại

Với quan điểm thương mại tự do gây thiệt hại cho kinh tế Mỹ, từ nhiệm kỳ trước, Tổng thống Donald Trump đã rất cứng rắn trong nỗ lực tạo điều kiện để nền kinh tế Mỹ có thể xuất hàng sang các nước, cùng với việc các nước ngừng không xuất hàng vào Mỹ. Đây là một trong những mấu chốt quan trọng tác động đến hầu hết các chính sách kinh tế dưới thời Donald Trump.

Các công cụ thúc đẩy thương mại được dùng đến bao gồm: nâng mức thuế đối với hàng nhập khẩu, cấm vận, kiểm soát xuất khẩu và trừng phạt các nước thao túng tiền tệ hoặc vi phạm sở hữu trí tuệ... Trong đó, biện pháp mà các doanh nghiệp (DN) gặp nhiều nhất là chống bán phá giá và chống trợ cấp. Mỹ hiện là quốc gia áp dụng các biện pháp này nhiều nhất trên thế giới. Tiếp theo đó là áp thuế cho điều tra theo mục 301 của Luật Mở rộng thương mại về tỷ giá, về sở hữu trí tuệ... Với các cuộc điều tra theo mục 301, mức độ ảnh hưởng cực lớn, không chỉ ở tầm sản phẩm, DN mà là ngành hàng. Những điều này hoàn toàn có thể tiếp tục xảy ra trong thời gian tới.





## Tác động tới Việt Nam

Số liệu từ Bộ Công Thương cho thấy, 8 tháng đầu năm 2024, thâm hụt thương mại Việt Nam với Hoa Kỳ hơn 77,6 tỷ USD, tăng 16,5%, đứng thứ ba, sau Mexico và Trung Quốc với thâm hụt thương mại lần lượt là 109,7 tỷ USD và 185,7 tỷ USD. Việt Nam có thặng dư thương mại lớn nhất với Mỹ, lên đến 279 tỷ USD vào năm 2023.

Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Mỹ. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang Hoa Kỳ bao gồm: máy móc, thiết bị, đồ gỗ, giày dép... Thế nhưng, Việt Nam vẫn chưa được Mỹ công nhận là nền kinh tế thị trường. Tính trên tổng số vụ kiện của các nước mà Việt Nam phải đối mặt, Mỹ cũng là quốc gia đang có nhiều vụ kiện phòng vệ thương mại với Việt Nam nhất với con số lên đến khoảng 60 vụ. Hiện Việt Nam đã bị Mỹ áp thuế thương mại theo mục 301 và 232 với nhiều ngành hàng. Ngoài những mặt hàng xuất khẩu chủ lực như gỗ, thép, thủy hải sản, thì Mỹ còn kiện phòng vệ với những mặt hàng xuất khẩu nhỏ như văn phòng phẩm, với sản phẩm dập ghim, bì hồ sơ...

Dù có thiện cảm với Việt Nam, từng đến thăm cấp quốc gia với Việt Nam hai lần nhưng chính sách của ông Trump với Việt Nam vẫn khá cứng rắn. Thời gian tới, chính quyền của Tổng thống Donald Trump có thể tăng thuế theo mục 301 và 232, mở rộng diện áp thuế sang các ngành quan trọng, tăng cường kiểm soát xuất khẩu công nghệ, trừng phạt thao túng tiền tệ... Đặc biệt là đẩy cao các đạo luật như quy định nguồn gốc sản phẩm. Ngoài ra, Việt Nam có thể bị cáo buộc là trung gian hỗ trợ các nước thứ 3 đưa hàng vào Mỹ, hoặc bị đe dọa đưa vào danh sách các quốc gia thao túng tiền tệ.

Tổng thống Trump có chính sách nhất quán, nhưng khó đoán về biện pháp, mức độ và thời điểm. Để có thể tiếp tục kinh doanh ở thị trường này, tốt nhất là DN Việt Nam đa dạng hóa thị trường và sản phẩm, tránh tình trạng bỏ hết trứng vào một rổ. Kế đó là việc tuân thủ quy định của Mỹ về nguồn gốc, môi trường, lao động... DN nên hợp tác tốt khi bị điều tra phòng vệ thương mại, củng cố quan hệ với đối tác Mỹ, chuẩn bị sẵn công ty tư vấn và luật sư. Đồng thời, theo dõi sát thay đổi chính sách thương mại của Mỹ. Quan trọng nhất là khả năng chủ động ứng phó và thích nghi. 📌

M.K ghi



Ngành chế biến gỗ Việt Nam mất gần 2 năm giải trình, đàm phán mới có thể khép lại vụ "Điều tra 301" của Chính phủ Hoa Kỳ về khai thác và thương mại gỗ vào năm 2021. Trước cáo buộc sử dụng gỗ được cho là khai thác hoặc buôn bán bất hợp pháp và thao túng tiền tệ, chính phủ, các bộ ban ngành lẫn các cơ quan hiệp hội, đặc biệt là HAWA đã phải rất nỗ lực mới có thể đưa Việt Nam thoát khỏi cuộc điều tra này.



# “Made in Vietnam” sẽ thế chỗ “made in China”?

➤ BÙI DIỆP

VIỆT NAM ĐÃ MỞ CỬA CHO CÁC CÔNG TY LỚN NHƯ APPLE, SAMSUNG, INTEL VÀ ĐANG CHUẨN BỊ THỰC HIỆN NHỮNG THƯƠNG VỤ LỚN HƠN NỮA.

Tổng thống đắc cử Donald Trump cho biết kế hoạch áp thuế nặng đối với hàng hóa nhập khẩu vào Hoa Kỳ của ông sẽ giúp giảm thâm hụt liên bang, hạ giá thực phẩm và tạo ra nhiều việc làm hơn trong nước. Trong chiến dịch tranh cử hồi tháng 9 tại Savannah, Georgia, ông cam kết di dời toàn bộ các ngành công nghiệp về Hoa Kỳ.

Nhưng việc hồi hương sản xuất rất khó có thể xảy ra và chắc chắn không thể xảy ra ở quy mô lẫn tốc độ mà ông Trump mong muốn. Thay vào đó, sẽ thấy một quốc gia được hưởng lợi lớn từ các chính sách của Trump: Việt Nam.

## Vị trí thuận lợi

Chia sẻ với *Forbes*, Jason Miller, giáo sư chuyên ngành quản lý chuỗi cung ứng tại Đại học bang Michigan cho rằng nếu trước đây là "made in China" thì bây giờ là "made in Vietnam". Hoạt động sản xuất sẽ khó quay trở lại Hoa Kỳ.

Trong chính quyền Trump trước đây, các tập đoàn lớn, bao gồm Apple, Foxconn và Intel đã bắt đầu chuyển hướng sang Việt Nam như một cách để đa dạng hóa danh mục sản xuất. Chỉ mới hai tháng trước, SpaceX cũng đã công bố khoản đầu tư 1,5 tỷ USD vào Việt Nam. Ngay chính Trump Organization cũng đang đầu tư vào quốc gia này với một giao dịch bất động sản xa xỉ trị giá 1,5 tỷ USD vừa được công bố gần đây.

Việt Nam có một số lợi thế so với các đối thủ khác trong khu vực, nhất là việc đã nhanh chóng mở cửa, thiết lập chính sách thân thiện với doanh nghiệp nước ngoài. Quốc gia này có vị trí địa lý thuận lợi với 3/50 cảng bận rộn nhất thế giới và nằm ngay cạnh Trung Quốc, giúp cho hoạt động thương mại và hậu cần



giữa hai nước dễ dàng hơn. Đặc biệt, Việt Nam còn có một hiệp định thương mại tự do với Liên minh châu Âu - là quốc gia thứ hai sau Singapore ở Đông Nam Á có hiệp định này.

## Tạo điều kiện cho đầu tư trực tiếp nước ngoài

Việt Nam đang nỗ lực cải thiện cơ sở hạ tầng để hỗ trợ các dự án lớn như cho phép các công ty mua năng lượng xanh từ các nhà sản xuất điện mặt trời thay vì thông qua công ty điện lực Nhà nước. Động thái giúp các công ty dễ dàng đạt được mục tiêu về khí hậu này đã được Apple, Samsung, những nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất của Việt Nam và Đại sứ quán Hoa Kỳ tại Hà Nội hoan nghênh.





Những tháng gần đây, Trump nhiều lần nói rằng ông muốn thúc đẩy sản xuất của Hoa Kỳ và làm cho hàng hóa sản xuất ở nước ngoài nhập khẩu vào phải tăng giá. Ông chỉ đích danh Mexico và Trung Quốc khi nói rằng sẽ áp dụng thuế quan từ 25% đến 100% đối với các sản phẩm được sản xuất ở phía nam biên giới. Trước đó ông cho biết hàng hóa sản xuất tại Trung Quốc sẽ bị đánh thuế 60%, trong khi sản xuất ở các nước khác sẽ bị đánh thuế chung 20% - bao gồm Việt Nam. “Việt Nam có thể thành công ở mức độ vừa phải hoặc có thể thành công lớn, tùy thuộc vào cách họ tạo điều kiện cho làn sóng đầu tư trực tiếp nước ngoài này”, ông Trần Ngọc Anh, giáo sư quản trị tại Đại học Indiana và là cựu cố vấn của Thủ tướng Việt Nam nói.

“Việt Nam nên ưu tiên các công ty sẽ đưa các công ty khác đến Việt Nam. Nếu bạn đưa Apple đến, sẽ có rất nhiều nhà cung cấp khác muốn gắn gủi với Apple - những công ty cho phép Việt Nam chuyển sang một lĩnh vực công nghệ cao hơn. Thay vì sản xuất giày dép và dệt may, Việt Nam nên hướng đến công nghệ sinh học, AI và chất bán dẫn”, ông cho biết thêm.

## Tiếp tục làn sóng dịch chuyển sang Việt Nam?

Những năm 1990, Việt Nam nổi tiếng về sản xuất giày dép và dệt may cho các tập đoàn đa quốc gia như Nike và Adidas. Nhưng đến thập niên 2000, các công ty điện tử lớn bắt đầu chuyển ra khỏi Trung Quốc để tận dụng chi phí lao động thấp và các hiệp định thương mại có lợi tại Việt Nam. Samsung mở

nhà máy sản xuất đầu tiên tại đây vào năm 2008 và các công ty đa quốc gia lớn khác, bao gồm LG và Intel, cũng nhanh chóng làm theo. Làn sóng các thỏa thuận trị giá hàng tỷ USD này đã thúc đẩy các nhà cung cấp cho công ty lớn thành lập nhà máy tại Việt Nam.

Khi chính quyền Trump 1.0 năm 2018 áp thuế đối với một số mặt hàng sản xuất tại Trung Quốc, như tấm pin mặt trời và máy giặt, thì vẫn không thu hút các công ty đưa hoạt động sản xuất về nước. Thay vào đó, hoạt động sản xuất chỉ chuyển sang Việt Nam hay các quốc gia châu Á khác, như Thái Lan, Malaysia và Ấn Độ.

Đến tháng 5/ 2020, Apple bắt đầu chuyển hoạt động sản xuất AirPods từ Trung Quốc sang Việt Nam. Vài tháng sau, Foxconn được cho là đã bắt đầu chuyển một số dây chuyền lắp ráp iPad và MacBook đến Việt Nam theo yêu cầu của Apple (Apple cũng chuyển một số hoạt động sản xuất sang Ấn Độ).

Số liệu thống kê từ Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ cho thấy từ năm 2018 đến năm 2019, lượng hàng điện tử nhập khẩu từ Việt Nam tăng gần gấp đôi. Một báo cáo năm 2023 của Ngân hàng Thế giới cho thấy từ năm 2017 đến năm 2022, lượng hàng hóa do Trung Quốc sản xuất, từ máy khâu đến máy in laser, nhập khẩu vào Hoa Kỳ giảm, trong khi tỷ lệ hàng hóa do Việt Nam sản xuất tăng theo tỷ lệ tương ứng.

Giống như các công ty từng chuyển hoạt động sản xuất sang Trung Quốc, thuế quan của Trump chắc chắn sẽ đẩy nhanh quá trình chuyển dịch sang Việt Nam. 📌

(Theo Cyrus Farivar, Forbes)

“

THAY VÌ SẢN XUẤT GIÀY DÉP VÀ DỆT MAY, VIỆT NAM NÊN HƯỚNG ĐẾN CÔNG NGHỆ SINH HỌC, AI VÀ CHẤT BÁN DẪN

”

# Việt Nam đón sóng dịch chuyển sản xuất toàn cầu

➤ HIỆP CA

THEO S&P GLOBAL MARKET INTELLIGENCE, VIỆT NAM ĐANG LÀ QUỐC GIA TĂNG TRƯỞNG MẠNH NHẤT TRONG VIỆC DỊCH CHUYỂN SẢN XUẤT TOÀN CẦU, CẢ NỘI ĐỊA LẪN XUẤT KHẨU.

**T**háng 5/2024, S&P Global Market Intelligence đã tiến hành khảo sát các công ty ở Malaysia, Mexico, Thổ Nhĩ Kỳ và Việt Nam nằm trong bảng Chỉ số Nhà quản trị mua hàng (Purchasing Managers Index - PMI) về tác động của xu hướng dịch chuyển sản xuất về gần nhà (reshoring) lên lượng đơn đặt hàng, kỳ vọng cho năm mới và dự đoán các thách thức.

## Mức độ lạc quan cao

Dữ liệu cho thấy, gần 2/5 số nhà sản xuất ở Việt Nam (37%) cho biết có sự tăng trưởng về nhu cầu trong 12 tháng qua liên quan đến xu hướng dịch chuyển sản xuất, cao nhất trong số bốn quốc gia được khảo sát. Ở Mexico, tỷ lệ công ty có sự tăng trưởng liên quan đến xu hướng dịch chuyển sản xuất không khác biệt mấy so với năm 2023 (18% năm 2024 và 19% vào năm 2023).

Tuy Mexico không tăng trưởng nhiều như mong đợi trong năm qua, nhưng các nhà sản xuất lại lạc quan hơn về triển vọng trong năm sắp tới. Khoảng một nửa (47%) công ty tại Mexico cảm thấy lạc quan, tương đương với Việt Nam (46%). Trong khi đó, tỷ lệ này ở Malaysia và Thổ Nhĩ Kỳ lại thấp hơn (30% và 24%).

## Cơ hội của SME

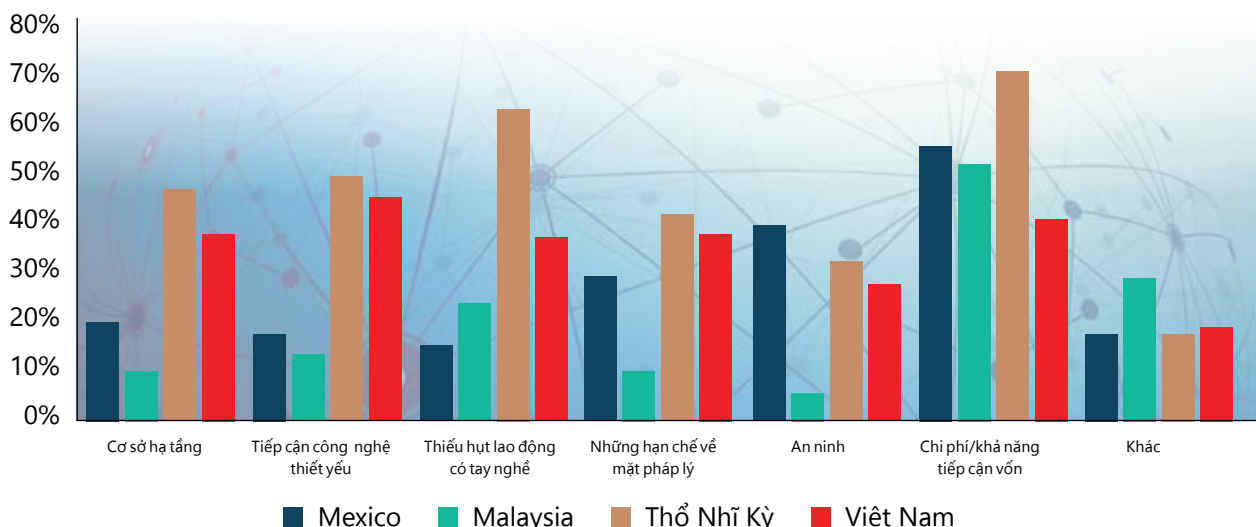
Ở cả bốn quốc gia, các nhà sản xuất lớn có nhiều khả năng tăng trưởng liên quan đến xu hướng dịch chuyển sản xuất hơn là các công ty nhỏ và vừa. Các doanh nghiệp (DN) lớn ở Việt Nam đứng đầu danh sách (40%), kế tiếp là Thổ Nhĩ Kỳ (35%).

Đồng thời, các DN lớn ở Mexico lạc quan nhất về triển vọng tăng trưởng liên quan đến xu hướng này trong năm sắp tới, với gần 2/3 DN tỏ ra lạc quan. Con số này cao hơn Việt Nam (54%).

## Thiếu lao động kỹ năng là thách thức

Khi được đề nghị hỏi về những thách thức ở tầm quốc gia có khả năng cản trở việc tận dụng cơ hội dịch chuyển sản xuất toàn cầu trong năm tới, các DN ở cả bốn quốc gia đều nhấn mạnh về chi phí và vốn

### NHỮNG TRỞ NGẠI ĐỐI VỚI CÁC CÔNG TY TRONG VIỆC TÌM KIẾM CƠ HỘI TĂNG TRƯỞNG TRONG 12 THÁNG TỚI



(Nguồn: S&P Global Market Intelligence)





sẵn có, có thể nói là yếu tố quan trọng nhất. Dẫn đầu là Thổ Nhĩ Kỳ, 79% nhà sản xuất cho biết yếu tố trên là một thách thức. Con số đó ở Mexico và Malaysia là hơn 50%.

Thổ Nhĩ Kỳ chỉ ra rằng thiếu lao động có kỹ năng cũng là một nguy cơ (64%). Thêm vào đó, các công ty còn đề cập đến lạm phát và nguồn nguyên liệu thô, nhất là các nguyên liệu phải nhập khẩu. Với Mexico, yếu tố gây rủi ro thứ hai là an ninh (40%), trộm cắp hàng, bên cạnh các yếu tố khác như thiếu hụt điện, nước, cạnh tranh từ bên ngoài như đại lục Trung Quốc. Malaysia và Việt Nam cũng nhắc đến cạnh tranh quốc tế là một nguy cơ.

Việt Nam là quốc gia duy nhất không đánh giá chi phí/vốn là thách thức hàng đầu, nhưng vẫn dành cho nó vị trí thứ hai. Với các DN Việt Nam, thách thức số một là khả năng tiếp cận công nghệ cần thiết (46%)

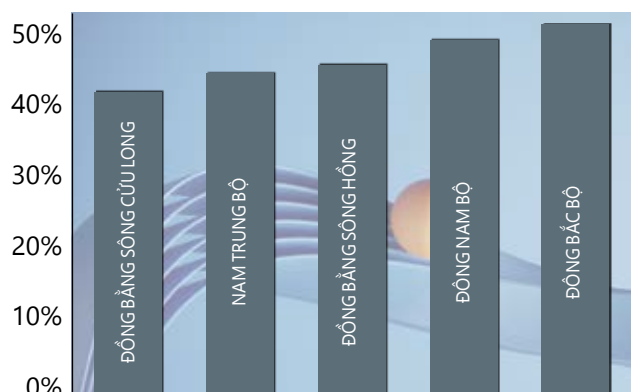
Theo ông Andrew Harker, Giám đốc Kinh tế học tại S&P Global, kết quả từ cuộc khảo sát đặc biệt này cho thấy rõ chi phí và vốn sẵn có là một yếu tố then chốt quyết định sự thành bại của các DN đang tìm kiếm cơ hội mở rộng và tận dụng xu hướng dịch chuyển sản xuất về gần nhà trong chuỗi cung ứng.

## DN Việt lạc quan

Khoảng 43% nhà sản xuất ở khu vực đồng bằng sông Hồng cho biết họ thấy nhu cầu đặt hàng đang tăng lên liên quan đến xu hướng dịch chuyển sản xuất trong 12 tháng qua. Con số này là 45% khi nói đến triển vọng tương lai.

Trong khi đó, ở vùng Đông Nam bộ (bao gồm TP. Hồ Chí Minh), chỉ có hơn 1/3 số nhà sản xuất (36%) nhìn thấy nhu cầu tăng trưởng trong năm qua liên quan đến xu hướng dịch chuyển sản xuất. Tuy nhiên, các DN ở đây tỏ ra rất lạc quan về triển vọng trong năm tới (48%).

## BẠN CÓ KỲ VỌNG VÀO CƠ HỘI DOANH NGHIỆP MÌNH TĂNG TRƯỞNG BỞI XU HƯỚNG DỊCH CHUYỂN SẢN XUẤT TRONG 12 THÁNG TỚI KHÔNG?



(Nguồn: S&P Global Market Intelligence)

Khu vực đồng bằng sông Cửu Long ít lạc quan hơn, chỉ khoảng 1/4 (24%) người trả lời cho biết có sự tăng trưởng nhu cầu trong năm qua và 41% dự đoán nhu cầu sẽ mở rộng trong 12 tháng tới.

Nhìn về phương diện ngành hàng, thiết bị máy móc cùng với thiết bị vận tải là những hạng mục chứng kiến sự tăng trưởng đơn hàng lớn nhất trong 12 tháng qua, với 54%. Trong khi đó, ở các lĩnh vực may mặc, kim khí, cao su và nhựa... thì con số này là chưa đến 50%. Các lĩnh vực khác cũng có mức tăng trưởng rất đáng ghi nhận như hóa chất và dược phẩm (21%), điện và thiết bị điện (22%), gỗ và sản phẩm gỗ (26%). Mức độ tăng trưởng đơn hàng chính là nền tảng để dự đoán tăng trưởng sản xuất, xuất khẩu. Với những tín hiệu lạc quan này, có thể nói, các ngành sản xuất Việt Nam đã gần như bước qua được thời kỳ khó khăn do thiếu đơn hàng do ảnh hưởng từ lạm phát và các vấn đề xung đột khác. 📌

(Nguồn: S&P Global Market Intelligence)

# Nhân lực: Nhìn từ chuỗi giá trị ngành chế biến gỗ

➤ NGND-GS-TS. TRẦN VĂN CHÚ  
Nguyên Hiệu trưởng Trường Đại học Lâm nghiệp

THỜI GIAN TRƯỚC, NGUỒN NHÂN LỰC NGÀNH GỖ BỊ ĐÁNH GIÁ LÀ CÓ CHẤT LƯỢNG KHÔNG CAO. TUY NHIÊN, VỚI NHỮNG NỖ LỰC TỪ NHÀ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP, CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC ĐÃ ĐƯỢC CẢI THIẾN.

**N**hu cầu nhân lực ngành gỗ không chỉ là lao động phổ thông mà cần ở tất cả các ngành, từ thiết kế - sáng tạo đến kinh doanh, marketing, tài chính, công nghệ...

## Cải thiện năng suất

Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới (World Bank), chế biến gỗ có tiềm năng phát triển và năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Tại Việt Nam, ngành gỗ đang có quy mô hơn 420.000 lao động thường xuyên tại các nhà máy (chưa kể hàng triệu lao động có liên quan). Tuy nhiên, chỉ 20 - 30% trong số đó được đào tạo bài bản, còn lại là lao động phổ thông (70 - 80%). Đáng nói, số lượng kỹ sư ngành chế biến lâm sản, thiết kế nội thất chỉ chiếm 1 - 2%, quá bé nhỏ để tạo ra sự thúc đẩy và sức sáng tạo cho ngành.

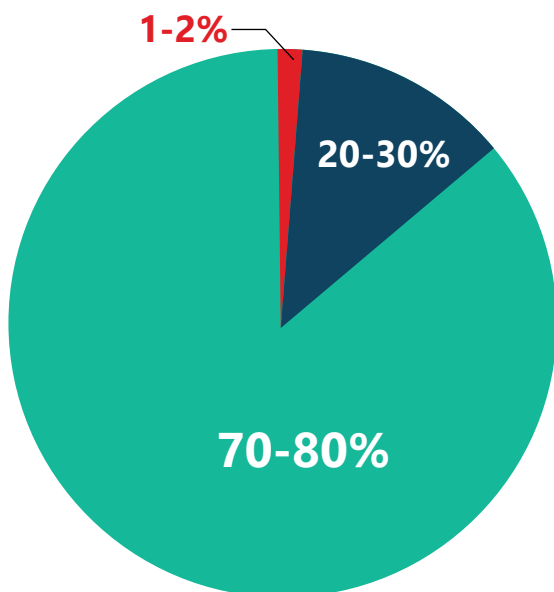


Trước mục tiêu đạt doanh số 20 tỷ USD vào năm 2025, đồng nghĩa nguồn nhân lực cần phải tăng về số lượng và chất lượng với khoảng 106.800 người có trình độ đại học, trên đại học và 445.200 công nhân kỹ thuật. Lao động khác trong lĩnh vực trồng rừng, chế biến trung gian và công nghiệp phụ trợ sẽ lớn hơn gấp 3 lần so với hiện tại.

Hiện nay, cả nước có 5 trường đại học đào tạo kỹ sư chế biến lâm sản, kỹ nghệ gỗ và nội thất, thiết kế nội thất, hàng năm tuyển khoảng 600 sinh viên. Ngoài ra còn có 7 trường nghề với quy mô khoảng 600 học viên. Như vậy, kỹ sư từ các trường đại học đào tạo ra cung không đủ cầu, các trường đào tạo nghề không thu hút được học viên ngành chế biến gỗ, các DN thiếu nguồn nhân công lành nghề có khả năng sử dụng những thiết bị tự động, điều khiển số. Đây chính là nguyên nhân có ý kiến đánh giá chất lượng nguồn nhân lực ngành gỗ không cao.

Tuy nhiên, nhờ nhận thức được tầm quan trọng của nguồn nhân lực, thời gian qua các DN đã đầu tư nâng cao tay nghề cho công nhân, liên kết với các trường học, viện nghiên cứu để nâng cao kỹ năng cho cán bộ quản lý, chuyên gia kỹ thuật... Nhờ đó đã giúp chất lượng nhân lực của ngành có biến chuyển. Bên cạnh đó, 10 năm gần đây Chính phủ đã có đãi ngộ và các làng nghề rất quan tâm đào tạo nhân lực trẻ để tạo ra nhiều các nghệ nhân, thợ mộc có trình độ cao.

## NHÂN LỰC NGÀNH GỖ



- Nhà thiết kế
- Lao động qua đào tạo
- Lao động phổ thông chưa qua đào tạo





## Cơ hội vàng

Việt Nam đã bước vào thời kỳ đỉnh cao của “cơ cấu dân số vàng”. Đây là “cơ hội vàng” tận dụng nguồn nhân lực cho phát triển. Song thời kỳ “cơ cấu dân số vàng” chỉ kéo dài từ 15 đến 40 năm tùy thuộc vào chính sách dân số của từng quốc gia và khả năng tận dụng “cơ hội vàng” để bứt phá.

Đặc điểm nổi bật của lực lượng lao động Việt Nam hiện nay là đa số còn trẻ, có sức bật nhanh, thuận lợi cho việc đào tạo phát triển, tiếp thu nhanh các tiến bộ khoa học kỹ thuật tiên tiến. Với ngành gỗ, ngoài yếu tố trẻ còn có yếu tố khéo léo. Đáng tiếc, sức hút của ngành gỗ với giới trẻ chưa cao nên đòi hỏi một giải pháp đồng bộ trong công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao.

Có một thực tế không vui là trong lúc ngành lâm nghiệp đang cần nhân lực, tái cơ cấu, đi vào thời kỳ công nghệ cao thì nguồn đào tạo lại có xu hướng giảm. Đơn cử, năm 2023 đầu vào của các trường nông nghiệp nói chung giảm về số lượng và nhân lực trình độ cao như tiến sĩ, thạc sĩ, kỹ sư. Điều đó buộc chúng ta phải nhận thức đúng nguyên nhân của tình trạng trên để có giải pháp khả thi nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

## Các giải pháp

Để thu hút nhân lực trẻ có tay nghề cao, DN chế biến gỗ cần có những giải pháp thiết thực và Chính phủ phải có chính sách hỗ trợ ngành chế biến gỗ, coi đó là ngành trọng điểm đặc thù.

“ ĐỂ THU HÚT NHÂN LỰC TRẺ CÓ TAY NGHỀ CAO, DN CHẾ BIẾN GỖ CẦN CÓ NHỮNG GIẢI PHÁP THIẾT THỰC VÀ CHÍNH PHỦ PHẢI CÓ CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ ”

- **Chọn kênh tuyển dụng chuyên nghiệp:** Muốn thu hút ứng viên giỏi, DN cần lựa chọn kênh tuyển dụng chuyên nghiệp, hiệu quả. Nội dung tuyển dụng phải rõ ràng, nêu được vị trí tuyển dụng, số lượng, yêu cầu cụ thể về công việc, chế độ phúc lợi, mức lương và các thông tin liên hệ để ứng viên nắm được và có ấn tượng tốt về DN.

- **Quy trình tuyển dụng chuyên nghiệp:** Nhà tuyển dụng cần xây dựng hình ảnh DN bằng cách áp dụng quy trình tuyển dụng khoa học.  
- Chính sách đãi ngộ, phúc lợi tốt: Cần đưa ra một số chính sách đãi ngộ tốt nhằm thu hút ứng viên trẻ, giỏi. Ngoài ra chính sách phúc lợi cũng được nhiều người quan tâm, nhà tuyển dụng cần tận dụng các lợi thế, điểm mạnh về chính sách của DN để thu hút ứng viên giỏi.

- **Văn hóa doanh nghiệp:** Văn hóa DN cởi mở, thân thiện là điều mà nhiều ứng viên giỏi tìm kiếm.  
- **Phối hợp với các trường đại học tìm kiếm ứng viên trẻ, tài năng:** Ngoài các web tuyển dụng, DN có thể tìm kiếm ứng viên trẻ tại các trường cao đẳng, đại học, trường dạy nghề; trao học bổng cho sinh viên giỏi, tổ chức những cuộc thi tìm kiếm ứng viên tài năng, phối hợp với các trường đưa sinh viên về thực tập tại công ty...

Ngành gỗ cũng có thể tạo ra hình ảnh về sự sáng tạo, năng động bằng việc tổ chức các chương trình về sáng kiến đổi mới. Ngay cả công nhân cũng có thể liên tục sáng tạo trong công việc hằng ngày. Nếu biết khai thác và tận dụng thì sẽ nhận được rất nhiều giá trị mới và thúc đẩy sự sáng tạo cũng như tăng sự hấp dẫn đối với nhân lực chất lượng cao, nhân lực trẻ. 📌



# Kinh tế phục hồi, nóng tuyển dụng

➤ THIÊN ĐĂNG

KHÓ TUYỂN NHÂN CÔNG DÙ ĐƠN HÀNG ĐÃ ĐẦY LÀ TÌNH HÌNH CHUNG CỦA DOANH NGHIỆP (DN) NGÀNH SẢN XUẤT TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY. NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ CŨNG KHÔNG NGOẠI LỆ.

**D**ạo một vòng quanh các khu công nghiệp ở Đồng Nai, Bình Dương, TP. Hồ Chí Minh... không khó để thấy những băng rôn tuyển dụng nhân sự được dán khắp nơi.

## “Nóng” khâu tuyển dụng

“Tuyển dụng gấp 100 công nhân có tay nghề làm ghế sofa, ghế văn phòng, 50 công nhân đào tạo, 2 quản lý chất lượng... lương và phụ cấp thỏa thuận”; “Tuyển dụng 1.500 lao động phổ thông ngành gỗ, lương sản phẩm, đảm bảo thu nhập 11 triệu/tháng trở lên”... là nội dung đang được phổ biến khắp các khu công nghiệp. Nhưng dường như, tín hiệu phản hồi các thông điệp này đã không còn hấp dẫn như trước.

Ông Dương Quang Hiệp, Giám đốc nhân sự Công ty TNHH MTV Gỗ Hoàng Thông cho biết, công ty đang ráo riết tuyển dụng lao động để bảo đảm tiến độ đơn hàng cho 7 nhà máy đặt tại Bình Dương

nhưng việc tuyển dụng không dễ dàng. Xu hướng công nhân “bỏ phố về quê” vẫn đang tiếp tục kéo dài từ đại dịch Covid-19 đến nay. Với những công nhân đã có vị trí ổn định thì chắc chắn không muốn thay đổi công việc, đặc biệt vào thời điểm cuối năm vì liên quan đến lương, thưởng Tết.

Báo cáo trên trang *Việc Làm Tốt* cho thấy, trong giai đoạn từ tháng 8 - 10/2024, thị trường lao động ở các tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Dương, Đồng Nai, Long An, Tây Ninh tăng trưởng mạnh mẽ, đặc biệt tập trung vào các ngành sản xuất. Nhu cầu tuyển dụng công nhân đã tăng 145%, nhân viên hậu cần tăng 177% và lao động trong mảng vận tải (kho vận và tài xế giao hàng) tăng 185%. Những con số này đều cao hơn đáng kể so với mức tăng trung bình 77% của các ngành khác.

Riêng ở TP. Hồ Chí Minh, thị trường lao động cũng ghi nhận sự tăng trưởng nóng nhưng ở mức thấp hơn. DN ở khu vực thành phố đang cần (công nhân tăng 49%), hậu cần (kho vận tăng 33%) và bán lẻ (bán hàng tăng 34%). “Nhiều DN, đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất, đang dịch chuyển một phần hoặc toàn bộ quy trình sản xuất ra các tỉnh lân cận nên nhu cầu nhân lực ở khu vực TP. Hồ Chí Minh tăng ít hơn nhưng nhìn chung, thị trường lao động cả nước đều đang gặp khó khăn trong tuyển dụng”, bà Hoàng Thị Minh



Ngọc, Giám đốc Chuyên trang tuyển dụng trực tuyến *Việc Làm Tốt* nhận xét.

Không chỉ thiếu lao động phổ thông, bà Nguyễn Khánh Giang, Phó giám đốc Công ty TNHH Mỹ nghệ Cát Đằng còn cho biết, hiện việc tuyển dụng nhân lực trung cấp, cao cấp như nhân viên khối văn phòng, đội ngũ kinh doanh cũng không dễ dàng. DN đang có đơn hàng nhưng việc mở rộng sản xuất, kinh doanh trong thời điểm này không còn thuận lợi về mặt nhân lực như trước.

“NGƯỜI LAO ĐỘNG KHÔNG CHỈ CẦN ĐẢM BẢO CUỘC SỐNG MÀ CÒN CẦN CẢ CƠ HỘI THĂNG TIẾN. CÁCH QUẢN TRỊ TỐT NHẤT LÀ GIAO NHIỆM VỤ ĐỂ HỌ CHỦ ĐỘNG NÂNG CAO NĂNG LỰC VÀ THỂ HIỆN BẢN THÂN”

từ 5.000 tủ smart locker và đang tiếp tục tăng lên con số 20.000 tủ trên toàn quốc trong những năm tới để có thể giảm nhân lực giao hàng trên cả nước.

Song song với giải pháp công nghệ, với đặc thù lao động của ngành, các giải pháp thu hút và giữ chân nhân lực cũng được DN triển khai quyết liệt. Ông Liao Chuawu - Nhà sáng lập, Giám đốc Điều hành Hukon Việt Nam cho biết, lao động vẫn là đang nguồn lực mang lại giá trị lớn cho DN chế biến gỗ. Đặc thù của ngành vẫn cần sự khéo léo, khả năng tinh chỉnh của con người. Để thu hút và giữ chân được nguồn lực, ngoài chính sách lương, thưởng hấp dẫn, cần có chiến lược phát triển con người trong DN.

Với Hukon, chính sách đào tạo, gắn kết nhân lực bao gồm việc tạo điều kiện phát triển bản thân là vấn đề mấu chốt. Ông Liao Chuawu cho rằng, người lao động không chỉ cần đảm bảo cuộc sống mà còn cần cả cơ hội thăng tiến. Cách quản trị tốt nhất là giao nhiệm vụ để họ chủ động nâng cao năng lực và thể hiện bản thân. Giải pháp ấy đã giúp Hukon tạo được sự gắn kết dài lâu với được hơn 4.000 con người đang làm việc tại 4 nhà máy trên địa bàn tỉnh Bình Dương. “Vì ít chịu biến động lao động nên chúng tôi chưa có kế hoạch tuyển dụng thêm”, đại diện Hukon khẳng định.



## Giải pháp đa chiều

“Nhân công giá rẻ sẽ sớm không còn là lợi thế cạnh tranh của các DN Việt Nam. Nếu không sớm chuẩn bị nguồn lực thay thế, DN sẽ rơi vào tình huống bị động”, ông Phạm Đức Chính, Tổng giám đốc Công ty Mộc Phát nhìn nhận. Những năm trở lại đây, Mộc Phát đã tiến hành và kiên trì con đường số hóa để có thể tinh gọn đội ngũ và tối ưu hóa hoạt động sản xuất. Các chuyên sản xuất ván công nghiệp tự động của Mộc Phát không cần quá nhiều lao động. Con đường này mang lại hiệu quả lớn, hiện chỉ với hơn 230 nhân lực, Mộc Phát vẫn có thể cung ứng cho thị trường 5 triệu sản phẩm/năm.

Không chỉ ngành gỗ, chuyển đổi số cũng là lựa chọn hàng đầu trong mục tiêu giảm áp lực lao động mà các ngành khác trong chuỗi cung ứng đang hướng đến. Ông Trịnh Đức Cường, Giám đốc Trung tâm kinh doanh chuyển phát nhanh Viettel Post cho biết, chỉ riêng việc ứng dụng robot trong khâu kho vận, đơn vị này đã có thể giảm được 3% nhân lực. Con số này không chỉ giúp DN tiết giảm chi phí mà còn giải tỏa được áp lực tuyển dụng. Năm 2024, Viettel Post đã đầu



# Thách thức mang tên nguồn nhân lực

➤ PHẠM HỒNG THÙY



CẢI THIỆN NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG ĐÓNG VAI TRÒ TRỌNG TÂM TRONG THỨC ĐẨY PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CHO NGÀNH GỖ TẠI VIỆT NAM.

SỰ PHÁT TRIỂN CỦA AI TRONG NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG

**N**gành gỗ và chế biến gỗ đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam với 5.500 doanh nghiệp (DN) ở khu vực chính thức và gần 7.400 DN ở khu vực phi chính thức, chiếm 5% GDP với gần một triệu việc làm. Theo số liệu năm 2021 của Tổng cục Thống kê, toàn ngành có 928.000 lao động, chiếm 1,9% việc làm toàn quốc. Con số này không bao gồm hoạt động trồng trọt và khai thác, nơi có thêm khoảng 1,1 triệu hộ gia đình đang tham gia vào chuỗi sản xuất, trong đó lao động nam chiếm khoảng 61%.

## Nguồn nhân lực thiếu cả trình độ lẫn kỹ năng

Theo báo cáo về ngành gỗ và nội thất Việt Nam do Tổ chức Lao động Quốc tế- ILO công bố cuối năm 2023, thời gian làm việc trung bình của một công nhân chế biến gỗ là 43 giờ/tuần, tương đương 5,5 ngày làm việc toàn thời gian, cao hơn khoảng 9% mức trung bình của cả nước. Tuy nhiên, thu nhập bình quân của lao động ngành gỗ chỉ đạt khoảng 6,3 triệu đồng/tháng trong khi mức trung bình của cả nước là khoảng 6,5 triệu đồng. Tiền lương thấp có nhiều nguyên nhân, trong đó phải kể đến năng suất lao động thấp.

Trong bối cảnh hiện tại, nhiều thách thức đang ảnh hưởng đến sự tăng trưởng của ngành gỗ, trong

đó phải kể đến sự thiếu hụt lao động chuyên môn kỹ thuật, có tay nghề cao, được đào tạo ở trường lớp. Việc này tác động trực tiếp đến khả năng cạnh tranh của ngành. Đáng nói, đây là vấn đề mang tính hệ thống tại Việt Nam khi mà hơn 41,6 triệu người (76% lực lượng lao động) chưa bao giờ được đào tạo để đạt trình độ kỹ thuật đúng tiêu chuẩn chuyên môn.

Đa phần các DN ở Việt Nam là DN gia công nên hầu hết lao động không qua đào tạo bài bản. Kiến thức và kỹ năng được chuyển giao trong công việc, một kèm một là phương pháp chính để đào tạo lực lượng lao động. Điều này đã tạo ra một thể hệ công nhân chỉ thực hiện được một công đoạn cụ thể trong dây chuyền sản xuất và không thể thực hiện được những nhiệm vụ phức tạp hơn khi thị trường ngày càng cạnh tranh khốc liệt và nhu cầu của khách hàng ngày càng đa dạng.

Về phía đội ngũ quản lý trong ngành gỗ thì đa phần là những cá nhân phát triển theo chiều dọc từ chuyên môn. Mặc dù lộ trình này đảm bảo trình độ hiểu biết kỹ thuật cao nhưng để lại khoảng trống đáng kể trong các phẩm chất quản trị như sự sáng tạo, kỹ năng giải quyết vấn đề và khả năng lập kế hoạch. Việc thiếu các kỹ năng này hạn chế tính linh hoạt và không thể tối ưu hóa quy trình làm việc trong các tổ chức.



## Lực cản khi áp dụng khoa học công nghệ

So với các ngành sản xuất khác thì ngành gỗ có đặc trưng là sản phẩm thường xuyên thay đổi mẫu mã, thiết kế, đòi hỏi phải thay đổi dây chuyền sản xuất liên tục. Điều này đặt ra yêu cầu tối ưu hóa việc bố trí mặt bằng sản xuất, nâng cao năng lực quản lý sản xuất và trình độ tay nghề cho người lao động. Đối với các DN lớn, có tiềm lực mạnh thì việc này tương đối dễ dàng; nhưng với các DN nhỏ và vừa thì đây là khó khăn rất lớn bởi DN vẫn chưa đủ sáng tạo và linh hoạt để thiết kế, điều chỉnh các mặt bằng tối ưu, đủ kỹ thuật và tổ chức tốt để giám sát quá trình cải tiến liên tục.

Chế biến gỗ thành đồ nội thất hoặc các thành phẩm cần rất nhiều bước. Toàn bộ quy trình này hiện tại ở Việt Nam được quản lý trong một nhà máy duy nhất, trong khi ở các nước phát triển, các bước này thường được chia thành hai hoặc nhiều công ty: ví dụ chế biến gỗ thành ván, chế biến ván thành các loại chuyên dụng... Tín hiệu tích cực là các hiệp hội đang dần đóng vai trò quan trọng hơn trong việc tạo điều kiện cho các mối liên kết và sự hợp tác giữa các nhà chế biến chính, nhà chế biến thứ cấp và nhà sản xuất để đẩy nhanh quá trình chuyên môn hóa.

Số hóa và công nghiệp 4.0 đã được thảo luận thường xuyên trong các hội nghị, trên các phương tiện truyền thông và các cơ quan chức năng, nhưng để thực sự áp dụng vào một DN đòi hỏi đầu tư lớn về công sức và nguồn lực. Một số công ty hàng đầu nắm bắt xu thế, nhanh nhạy hướng tới số hóa nhưng lại không đạt kết quả như mong muốn; trái lại còn tốn kém, mất nhiều thời gian, công sức. Điều này bắt nguồn từ việc DN chưa sẵn sàng về mặt con người cũng như quy trình

công việc để thích ứng với cách làm mới, chưa kể ngành chế biến gỗ có đặc thù riêng và không dễ tìm được giải pháp phù hợp.

## Nỗ lực từ Chính phủ và DN

Để giải quyết nguyên nhân gốc rễ cản trở tăng trưởng trong ngành gỗ, việc cải thiện năng suất lao động trở thành một vấn đề trọng tâm. Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách cụ thể trong Quyết định số 523/QĐ-TTg năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ nêu rõ chiến lược và tầm nhìn cho ngành đến năm 2050, tập trung vào việc nâng cao nhận thức, ứng dụng công nghệ, hợp tác quốc tế và hiện đại hóa ngành.

Con người là yếu tố quyết định thành công hay thất bại của mọi hoạt động. Ngành gỗ cũng không ngoại lệ. Muốn có nguồn nhân lực trình độ cao, đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới, cần phải xây dựng được mối liên kết giữa DN với các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề để chuẩn hóa chương trình đào tạo và phát triển. Phải xây dựng khung năng lực và lộ trình phát triển chung cho người lao động. Bên cạnh đó cần liên kết các hiệp hội ngành nghề để học hỏi và thử nghiệm các khóa học dành cho nhà quản lý cấp trung và cấp cao...

Khoa học công nghệ ngày càng phát triển, đòi hỏi lực lượng lao động phải theo kịp sự phát triển đó. Ngoài sự hỗ trợ ở tầm vĩ mô của Nhà nước thì đây còn là trách nhiệm trực tiếp của DN - người sử dụng lao động. Điều kiện lao động an toàn; tiền lương, phúc lợi tốt, có cơ hội thăng tiến... chính là những yếu tố tiên quyết để có nguồn nhân lực chất lượng cao, tiền đề của năng suất lao động cao. 📌

### TỔNG SỐ VIỆC LÀM TRONG NGÀNH GỖ TẠI CÁC VÙNG KINH TẾ TRỌNG ĐIỂM

(ĐVT: Nghìn)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Trung du và miền núi phía Bắc	59,2	53,5	66,3	47,3	82,8	104,6
Tỷ lệ phần trăm trên tổng số việc làm	7,98%	7,98%	10,12%	10,72%	9,91%	11,26%
Đồng bằng sông Hồng	171,4	164,6	142,5	94,1	161,9	205,4
Tỷ lệ phần trăm trên tổng số việc làm	23,1%	24,56%	21,76%	21,32%	19,37%	22,12%
Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung	117,1	117	126,9	73,5	134,8	177
Tỷ lệ phần trăm trên tổng số việc làm	15,78%	17,46%	19,37%	16,65%	16,13%	19,06%
Tây Nguyên	14,7	8,4	10,4	8,5	12,8	12,1
Tỷ lệ phần trăm trên tổng số việc làm	1,98%	1,25%	1,59%	1,93%	1,53%	1,3%
Đông Nam bộ	290,4	255,7	236,9	177,4	362,3	341,9
Tỷ lệ phần trăm trên tổng số việc làm	39,14%	38,16%	36,17%	40,19%	43,35%	36,82%
Đồng bằng sông Cửu Long	89	70,9	72,1	40,6	81,2	87,7
Tỷ lệ phần trăm trên tổng số việc làm	11,99%	10,58%	11,01%	9,2%	9,72%	9,44%



# Thiếu động lực khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

➔ MINH NHẬT

VIỆT NAM DỰA VÀO LAO ĐỘNG CÓ KỸ NĂNG THẤP LÀM ĐỘNG LỰC THAM GIA CÁC CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU (GVC) ĐANG TRỞ THÀNH MỘT HẠN CHẾ LỚN. THEO CÁC CHUYÊN GIA NGÂN HÀNG THẾ GIỚI (WORLD BANK), ĐỂ TRỞ THÀNH NỀN KINH TẾ CÓ THU NHẬP CAO, VIỆT NAM CẦN CÓ NHỮNG HÀNH ĐỘNG CỤ THỂ TRONG VIỆC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN LAO ĐỘNG.

**B**áo cáo “Việt Nam 2045: Nâng cao vị thế thương mại trong một thế giới thay đổi” do World Bank công bố ngày 20/11 vừa qua cho thấy, Việt Nam đang là một trong những quốc gia hưởng lợi lớn nhất nhờ thương mại toàn cầu trong 3 thập kỷ qua. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng dựa vào xuất khẩu hiện tại của Việt Nam chưa đủ để đạt được mục tiêu đó. Nguyên nhân là vì tăng trưởng thu nhập bình quân đầu người vẫn còn thấp. Muốn vậy, trong 20 năm tới, con số này phải tăng trên ba lần.

## Chưa kết nối được với GVC

Tính toán của World Bank dựa trên WDI, OECD, UNCTAD... cho thấy, nền kinh tế Việt Nam được hưởng lợi từ thương mại toàn cầu nhiều hơn hầu hết các quốc gia trong khu vực như Malaysia, Philippines, Indonesia, Thái Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc... Các chính sách thương mại bao gồm tự do hóa thuế quan

mạnh mẽ, hình thành được mạng lưới các hiệp định thương mại rộng khắp, đã mang lại cơ hội cho doanh nghiệp (DN) Việt Nam tăng trưởng ấn tượng.

Tuy nhiên, DN nước ngoài đang đóng góp cho tăng trưởng thương mại của Việt Nam lên đến 73% kim ngạch xuất khẩu, một con số khá lớn. Mức độ tham gia của DN trong nước vào GVC giảm từ 35% xuống còn 18% trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2023. Hầu hết, DN trong nước chưa kết nối được với

GVC nên Việt Nam chỉ thu được được một phần nhỏ giá trị của kim ngạch xuất khẩu. Các chuyên gia World Bank cho rằng, đã đến lúc Việt Nam phải chú trọng kết nối DN trong nước với DN theo định hướng xuất khẩu, nhằm củng cố nền kinh tế trong nước; Cải thiện môi trường kinh doanh qua giảm chi phí thủ tục hành chính và chuyển đổi số; Triển khai các cơ chế toàn diện về tài chính chuỗi cung ứng; Thiết lập chương trình phát triển nhà cung cấp...

“

NHU CẦU NGÀY CÀNG LỚN VỀ LAO ĐỘNG CÓ KỸ NĂNG, NHẤT LÀ TRONG CÁC LĨNH VỰC CHẾ TẠO CHẾ BIẾN THÂM DỤNG CÔNG NGHỆ, LÀ DẤU HIỆU VỀ TÌNH TRẠNG THIẾU HỤT KỸ NĂNG GIA TĂNG

”



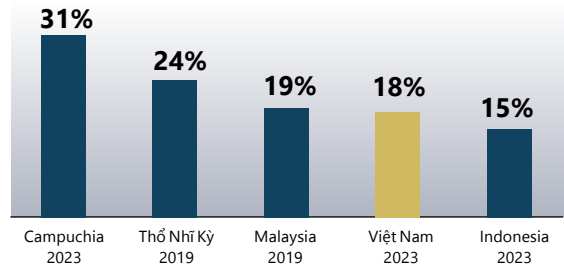
## Tăng trưởng bền vững và việc làm chất lượng cao

Mô hình xuất khẩu hiện tại của Việt Nam chủ yếu tập trung ở khâu lắp ráp cuối. Dịch vụ chỉ chiếm 12% tổng kim ngạch xuất khẩu và chỉ 7% kim ngạch xuất khẩu hàng chế tạo chế biến. Báo cáo ghi nhận thực trạng Việt Nam dựa vào lao động có kỹ năng thấp làm động lực tham gia GVC. Trong điều kiện hiện tại, điều này đang trở thành một hạn chế lớn.

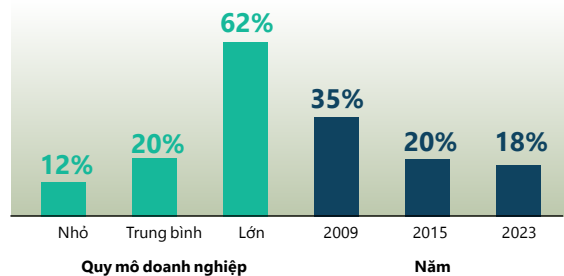
Thâm dụng lao động giúp tăng thu nhập cho lao động có kỹ năng thấp, như công nhân lắp ráp khâu cuối, nhân viên vận hành máy, công nhân may, công nhân sản xuất đồ nội thất... nhưng lại làm giảm động lực nâng cao kỹ năng. Dựa trên khảo sát lực lượng lao động (TFS) cho thấy, hiện Việt Nam chỉ có 5% lực lượng lao động trong các lĩnh vực chế tạo chế biến hiện nay có tay nghề cao và chỉ có 10% dân số có bằng cử nhân. Nhu cầu ngày càng lớn về lao động có kỹ năng, nhất là trong các lĩnh vực chế tạo chế biến thâm dụng công nghệ, là dấu hiệu về tình trạng thiếu hụt kỹ năng gia tăng. Bên cạnh đó, tình trạng thiếu hụt kỹ năng trong các lĩnh vực chế tạo chế biến thâm dụng công nghệ khiến cho mức lương trội ngày càng cao hơn. Thời gian tới, lợi thế nhân công giá rẻ của Việt Nam cũng sẽ không còn.



### HẦU HẾT CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM CHƯA KẾT NỐI ĐƯỢC CÁC CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU (GVC)



TỶ LỆ DOANH NGHIỆP CÓ KẾT NỐI CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU (GVC)



TỶ LỆ DOANH NGHIỆP CÓ LIÊN KẾT VỚI CÁC CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU (GVC) (%), VIỆT NAM

Để đẩy mạnh tham gia GVC, World Bank cho rằng, Việt Nam cần ưu tiên nâng cao kỹ năng cho lực lượng lao động, đồng thời cải thiện hệ thống đào tạo và nghiên cứu. Bên cạnh đó là các giải pháp nâng cao chất lượng nguồn lực như: Phát triển lực lượng lao động trong các lĩnh vực chế tạo chế biến đòi hỏi kỹ năng cao; Nâng cao số lao động có trình độ sau phổ thông; Đầu tư về hệ thống nghiên cứu và phương pháp giáo dục nâng cao rèn luyện kỹ năng liên quan đến khoa học, công nghệ, kỹ thuật, toán học (STEM); Tăng cường hợp tác giữa các trường đại học và DN...

Ở các quốc gia phát triển như Hàn Quốc, dịch vụ đóng góp ít nhất gấp đôi cho kim ngạch xuất khẩu. Muốn hưởng đến các hoạt động đem lại giá trị gia tăng cao hơn, cung ứng các dịch vụ... thì việc chuẩn bị cho nguồn nhân lực chất lượng cao là điều không thể chần chừ. Mục tiêu trở thành nền kinh tế thu nhập cao của Việt Nam hoàn toàn có thể chinh phục nếu Nhà nước tập trung vào việc tạo thuận lợi, đảm bảo khả năng dịch chuyển của người lao động, sao cho họ có thể khai thác các cơ hội việc làm mới. Đồng thời xóa bỏ những hạn chế trong việc tiếp thu kỹ năng của người trẻ thông qua cung cấp thông tin, hỗ trợ tài chính và đào tạo nghề... Ngoài ra, mạng lưới an sinh xã hội được tăng cường cũng sẽ hỗ trợ người lao động kỹ năng thấp tránh được những ảnh hưởng bất lợi trong quá trình nâng cao vị thế tham gia các chuỗi giá trị toàn cầu. 📌

(Theo World Bank)



Canadian wood.      Gỗ Canada.  
Versatile and durable.      Đa dụng và bền bỉ.

WESTERN HEMLOCK      GỖ ĐỘC CẦN BỜ TÂY



TRY CANADIAN WOOD  
HÃY DÙNG THỬ GỖ CANADA

canadianwood.com.vn  
+84 (0)274 380 3609



A range of high-quality certified lumber from sustainably managed forests of British Columbia, Canada.  
Các loại gỗ xẻ chất lượng cao được chứng nhận từ nguồn rừng trồng được quản lý bền vững của tỉnh bang British Columbia, Canada.



Canadian  
Wood



**Bà Hoàng Thị Minh Ngọc - Giám đốc chuyên trang tuyển dụng trực tuyến *Việc Làm Tốt*:**

# Giải bài toán cân bằng nguồn lực

➤ **NGÂN HÀ thực hiện**

NHU CẦU TUYỂN DỤNG LỚN NHƯNG ĐA SỐ DOANH NGHIỆP (DN) ĐỀU PHẢN ÁNH TUYỂN KHÔNG ĐỦ NHÂN CÔNG CHO MÙA CAO ĐIỂM SẢN XUẤT - KINH DOANH CUỐI NĂM. THEO BÀ HOÀNG THỊ MINH NGỌC, THIẾU HỤT LAO ĐỘNG SẼ TRỞ THÀNH ÁP LỰC VÀ LÀ YẾU TỐ GIẢM NĂNG LỰC CẠNH TRANH.

**\* Càng về cuối năm, nhu cầu tuyển dụng của DN càng “nóng”. Theo bà, thị trường lao động hiện nay đang diễn tiến thế nào?**

- Nhu cầu tuyển dụng của các DN tại TP. Hồ Chí Minh đang đối mặt với nhiều thách thức, hơn 85% DN chia sẻ đang thiếu hụt nguồn lực lao động số lượng lớn. Hơn thế nữa, 30% DN trong số đó đang trong tình trạng thiếu hụt nhân sự trầm trọng, có nơi thiếu hơn một nửa so với nhu cầu thực tế.

Trong giai đoạn từ tháng 8 - 10/2024, thị trường lao động ở các tỉnh lân cận như Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Dương, Đồng Nai, Long An, Tây Ninh... chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ nhu cầu lao động, đặc biệt tập trung vào các ngành sản xuất (công nhân), hậu cần, vận tải (kho vận và tài xế giao hàng).

**\* Riêng với nhân lực ngành chế biến gỗ và thủ công mỹ nghệ thì sao?**

- Ngành chế biến gỗ và thủ công mỹ nghệ là một lĩnh vực đặc thù đòi hỏi lao động có tay nghề cao, kinh nghiệm và sự tỉ mỉ, chính xác trong từng công đoạn sản xuất. Nguồn nhân lực trong ngành này cũng đang gặp nhiều khó khăn. Theo khảo sát gần đây của chúng tôi, khoảng 60% DN ngành chế biến gỗ và thủ công mỹ nghệ phản ánh tình trạng thiếu hụt lao động, đặc biệt là nhóm lao động có kỹ năng chuyên môn, tay nghề cao.

**\* Liệu việc thiếu lao động có xuất phát từ cạnh tranh lao động giữa DN nội địa và DN FDI?**

- Đúng là có sự cạnh tranh lao động đáng kể giữa DN nội địa và FDI tại Việt Nam, đặc biệt trong các ngành công nghiệp đòi hỏi lao động tay nghề cao và kỹ thuật như sản xuất linh kiện, điện tử, và năng lượng tái tạo. Việt Nam thu hút gần 15,2 tỷ USD vốn FDI trong 6 tháng đầu năm 2024, tăng 13,1% so với cùng kỳ năm trước. Điều này đã tạo áp lực lớn lên thị

trường lao động nội địa, khi các DN FDI có khả năng chi trả mức lương và phúc lợi cao hơn để thu hút nhân lực có kỹ năng và trình độ. Sự cạnh tranh này rõ rệt hơn ở các khu vực tập trung nhiều khu công nghiệp như Bình Dương, Đồng Nai, Long An, nơi cả FDI và DN nội địa đều cần nguồn nhân lực lớn.

Ngoài ra, các DN FDI thường nhắm vào các lao động trẻ, được đào tạo bài bản, trong khi DN nội địa lại đối mặt với hạn chế về tài chính và sự cạnh tranh từ

chính sách tuyển dụng hấp dẫn của FDI.

**\* Xu hướng trở về quê làm việc, nhất là việc trở lại các khu vực phía Bắc từ khi xảy ra đại dịch Covid-19 đến nay có tác động đến thị trường lao động?**

- TP. Hồ Chí Minh không còn là điểm đến hấp dẫn hàng đầu của người nhập cư như trước đây. Tỷ lệ tăng dân số nhập cư vào thành phố giảm mạnh ở mức kỷ lục,

“

TRONG BỐI CẢNH ĐÂY THÁCH THỨC, SỰ CÂN BẰNG KHÔNG NẪM Ở MỘT GIẢI PHÁP DUY NHẤT MÀ LÀ SỰ KẾT HỢP KHÉO LÉO GIỮA ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ, QUẢN LÝ HIỆU QUẢ VÀ ĐẦU TƯ VÀO NGUỒN NHÂN LỰC MỘT CÁCH THÔNG MINH

”



chỉ còn 0,67% vào năm 2023. Nguyên nhân chính được cho là do chi phí sinh hoạt leo thang và áp lực cạnh tranh tại thành phố rất cao. Điều này đã khiến nhiều người lao động trở về quê hoặc tìm đến các tỉnh lân cận, nơi có chất lượng cuộc sống đang dần được cải thiện đáng kể.

Nhiều DN đã và đang chuyển một phần hoặc toàn bộ quy trình sản xuất về các tỉnh lân cận và tạo ra làn sóng tuyển dụng mới. Việc Làm Tốt ghi nhận số lượng tin đăng việc làm tại các tỉnh Nam bộ, ngoại trừ TP. Hồ Chí Minh, có tốc độ tăng trưởng cao nhất ở mức 30% trong 3 quý đầu năm 2024 so với cùng kỳ năm trước. Nhu cầu tuyển dụng tập trung ở các vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.



**\* Đơn hàng hiện nay đòi hỏi nhanh hơn nhưng quy mô lại nhỏ hơn và lợi nhuận/đơn hàng cũng giảm đi so với ngày trước. Việc thay đổi chính sách tuyển dụng, tăng lương, tăng đãi ngộ cũng sẽ khó cho DN. Làm thế nào để cân bằng?**

- Để giải quyết bài toán này, DN cần tìm ra điểm cân bằng giữa tối ưu hóa vận hành và xây dựng chiến lược nhân sự linh hoạt. Thực tế, nhiều DN đã chuyển hướng đầu tư vào công nghệ sản xuất hiện đại để cải thiện hiệu suất và giảm chi phí. Các hệ thống tự động hóa như dây chuyền lắp ráp hoặc phần mềm quản lý chuỗi cung ứng không chỉ rút ngắn thời gian sản xuất mà còn giảm sự phụ thuộc vào lao động thủ công. Chẳng hạn, trong ngành chế biến gỗ, việc ứng dụng máy CNC đã giúp nhiều DN nhỏ và vừa tăng năng suất mà không cần tăng số lượng lao động.

Hiện nay, chiến lược tuyển dụng linh hoạt đang trở thành xu hướng. Thay vì cố gắng duy trì đội ngũ nhân viên cố định lớn, một số DN sử dụng lao động thời vụ hoặc hợp đồng ngắn hạn cho các giai đoạn cao điểm. Điều này giảm áp lực tài chính trong các giai đoạn ít đơn hàng, đồng thời tận dụng tối đa nguồn lao động trong thị trường.

Về chính sách đãi ngộ, nhiều DN đã chuyển từ việc chỉ tập trung vào lương sang các hình thức thưởng linh hoạt dựa trên hiệu suất. Điều này không chỉ



khuyến khích năng suất làm việc mà còn phù hợp với ngân sách hạn chế. Ngoài ra, các phúc lợi phi tài chính như cải thiện điều kiện làm việc, đào tạo nâng cao tay nghề, và xây dựng lộ trình thăng tiến rõ ràng cũng là cách thu hút và giữ chân nhân sự hiệu quả.

Để đối phó với lợi nhuận giảm trên từng đơn hàng, một số DN chọn cách tăng giá trị sản phẩm thông qua phân khúc cao cấp hoặc tạo các dòng sản phẩm độc quyền. Số khác lại áp dụng mô hình "sản xuất theo yêu cầu" để giảm lãng phí tồn kho và tối ưu hóa chi phí sản xuất. Ví dụ, trong ngành thủ công mỹ nghệ, việc đáp ứng các đơn hàng cá nhân hóa đã giúp nhiều DN có thêm khách hàng vừa cải thiện biên lợi nhuận.

Cuối cùng, hợp tác với các hiệp hội ngành và tận dụng các chính sách hỗ trợ của Chính phủ, như vay vốn ưu đãi hoặc chương trình đào tạo nghề, đang được nhiều DN áp dụng để cải thiện năng lực cạnh tranh mà không tăng thêm áp lực tài chính. Trong bối cảnh đầy thách thức, sự cân bằng không nằm ở một giải pháp duy nhất mà là sự kết hợp khéo léo giữa đổi mới công nghệ, quản lý hiệu quả và đầu tư vào nguồn nhân lực một cách thông minh.

**\* Nhu cầu chính yếu của các lao động hiện nay là gì?**

- Theo khảo sát của Việc Làm Tốt tháng 9/2024, bên cạnh lương thưởng, hơn 52% người tìm việc lao động phổ thông ưu tiên môi trường làm việc tiện nghi, an toàn và các mối quan hệ đồng nghiệp tốt, hỗ trợ giúp đỡ lẫn nhau. Điều này cho thấy, DN cần đầu tư toàn diện vào văn hóa DN, phát triển con người và linh hoạt trong chính sách làm việc để thu hút nhân tài.

Ở phía ngược lại, người lao động cần nâng cao kỹ năng, đặc biệt là kỹ năng số để thích ứng với sự phát triển của công nghệ và gia tăng lợi thế cạnh tranh của bản thân. Ngoài ra nên chủ động tìm kiếm nguồn việc làm đa dạng trên các nền tảng tìm việc trực tuyến nhằm tăng cơ hội tìm được công việc phù hợp. Nhà nước và các cơ quan ban ngành có vai trò quan trọng trong việc tạo môi trường pháp lý thuận lợi, hỗ trợ các chương trình đào tạo nâng cao tay nghề cho nguồn nhân lực, có các chính sách hỗ trợ an sinh xã hội cho người lao động trong các mảng giáo dục, y tế, giao thông để thu hút lao động tại thành phố nhiều hơn.

**\* Xin cảm ơn bà!**



**CÔNG TY CỔ PHẦN GỖ MDF VRG KIÊN GIANG**  
 Địa chỉ: Lô M, Đường Số 1, KCN Thanh Lộc, Thanh Lộc, Châu Thành, Kiên Giang  
 Văn phòng: 236 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường Võ Thị Sáu, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh  
 Điện thoại: (0297) 3819868 / (028) 3932 0377  
 Fax: (0297) 3819869 / (028) 3932 0353  
 Website: www.mdfvrngkiengiang.vn **Hotline: 0817859860**

**Chuyên sản xuất:** các dòng ván không có đốm cao su với nguyên liệu từ gỗ Bạch đàn, Keo lai, Tràm nước thích hợp cho các sản phẩm sơn, phủ melamine bề mặt đòi hỏi chất lượng cao. Sản xuất trên dây chuyền thiết bị của hãng Stempelkamp - CHLB Đức. Sản phẩm theo tiêu chuẩn châu Âu EN 622-5.  
**CAM KẾT CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO, ỔN ĐỊNH, ĐÚNG VỚI TIÊU CHUẨN CÔNG BỐ**

**Sản phẩm đa dạng:** • MDF / HDF tiêu chuẩn E2, E0, E1, CARB • HDF chuyên dụng ván sàn • MDF / HDF chống ẩm HMR E2, E0, E1, CARB, V313 • Ván FSC • Ván chống cháy

**VÁN HDF - HDF CARB**

- Tỷ trọng từ 820 - 860 kg/m<sup>3</sup>
- Liên kết nội IB: 0.7 - 1.1 N/mm<sup>2</sup>
- Độ bền uốn tĩnh (Mor): 25 - 45 N/mm<sup>2</sup>
- Đàn hồi uốn tĩnh (Moe): 2.500 - 3.300 N/mm<sup>2</sup>
- Đạt tiêu chuẩn Carb P2 - EPA TSCA Title VI

Dòng ván có mật độ sợi gỗ cao giúp ván cứng, chắc; khả năng bắt giữ vít tốt; khó cong, vênh; bề mặt láng mịn ít hút sơn, dễ dàng sơn, phủ.  
**Ứng dụng:** nội thất cao cấp, ván sàn, vách ngăn, hàng xuất khẩu...

**VÁN FSC**

Ván sử dụng nguồn gỗ có chứng nhận rừng trồng, với đầy đủ các loại như: MDF Carb FSC, HMR Carb FSC,... Đáp ứng cho các sản phẩm xuất khẩu yêu cầu về nguồn gốc gỗ, quy trình khai thác hợp pháp, đáp ứng các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường.

**VÁN SIÊU CHỐNG ẨM - HMR V313**

Dòng ván có tính kháng ẩm, độ trương nở thấp:  
 • Độ trương nở ≤ 8%  
 • Vượt qua quy trình kiểm tra V313  
 Thích hợp với những nơi có nguy cơ bị ẩm ướt hoặc nơi có độ ẩm cao. Bề mặt láng mịn ít hút sơn, dễ dàng sơn, phủ.  
**Ứng dụng:** có thể sử dụng làm tủ, bếp sử dụng trong các công trình cao cấp, các ứng dụng xuất khẩu

**VÁN F4 STAR ( F4S )**

F4 Star (F4S) MDF/HDF Hay còn gọi là F\*\*\*\*, là loại MDF/HDF có phát thải tốt nhất căn cứ theo tiêu chuẩn của Nhật Bản Japanese standard JIS A 1460. Dòng hàng này thích hợp cho các công trình đòi hỏi phát thải cực thấp, an toàn cho người sử dụng, và các sản phẩm xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản, hoặc các quốc gia có yêu cầu cao về độ đảm bảo an toàn cho sức khỏe người dùng.

Trong năm 2023, Công ty Cổ Phần Gỗ MDF VRG Kiên Giang tự hào được vào Top 100 Doanh nghiệp phát triển bền vững tại Việt Nam.

**Ván MDF E0, MDF Super E0, HMR E0**

Là những dòng ván có nồng độ phát thải thấp nhất trong dòng ván công nghiệp, rất an toàn cho sức khỏe người dùng, mặc dù sản phẩm phát thải cực thấp nhưng sản phẩm công ty chúng tôi vẫn đảm bảo độ cứng và những tiêu chuẩn cơ lý khác.



Tiến sĩ Quách Văn Thiêm - Trưởng bộ môn Kỹ nghệ gỗ,  
trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh:

## Nỗ lực 3 phía để nâng chất nguồn lực

➤ MINH KIÊN thực hiện

SONG SONG VỚI XU HƯỚNG ĐẦU TƯ VÀO MÁY MÓC HIỆN ĐẠI, TIẾN SĨ QUÁCH VĂN THIÊM CHO RẰNG CẦN PHẢI CÓ NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO, CÓ KỸ NĂNG VẬN HÀNH VÀ BẢO TRÌ ĐỂ CÓ THỂ ĐẠT HIỆU QUẢ SỬ DỤNG THIẾT BỊ. CÂU CHUYỆN VỀ CON NGƯỜI LUÔN LÀ ƯU TIÊN HÀNG ĐẦU TRONG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ VIỆT NAM.

**\* Việt Nam là một trong sáu quốc gia xuất khẩu đồ nội thất, thủ công mỹ nghệ hàng đầu thế giới nhưng chất lượng nguồn nhân lực, năng suất lao động của ngành lại được đánh giá là chưa cao. Ông nghĩ sao về điều này?**

- Nếu nhìn vào chất lượng nguồn nhân lực và năng suất lao động, chúng ta vẫn còn nhiều thách thức cần phải vượt qua. Theo số liệu từ Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFOREST), hiện nay ngành chế biến gỗ đang sử dụng khoảng 500.000 lao động, nhưng chỉ khoảng 20-30% có qua đào tạo, còn lại là lao động phổ thông. Đây là con số tương đối thấp khi so sánh với các quốc gia phát triển, nơi tỷ lệ lao động tay nghề cao chiếm trên 60%.

Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến năng suất lao động chưa cao là do hệ thống đào tạo trong ngành chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu thực tế của doanh nghiệp (DN). Một số cơ sở đào tạo vẫn chú trọng nhiều vào lý thuyết mà chưa đầu tư mạnh vào thực hành và các chương trình hợp tác với DN. Sự thiếu đồng bộ trong ứng dụng công nghệ hiện đại cũng khiến ngành không khai thác hết tiềm năng của lực lượng lao động. Chẳng hạn, dù đã có nhiều DN đầu tư vào máy móc hiện đại như máy CNC, hệ thống tự động hóa, nhưng việc thiếu nhân lực có kỹ năng vận hành và bảo trì đã làm giảm hiệu quả sử dụng các thiết bị.

Để giải quyết các vấn đề trên cần có sự hợp tác chặt chẽ hơn từ cơ sở đào tạo, DN và Chính phủ.

**\* Có ý kiến cho rằng, công tác đào tạo chưa gắn liền với đòi hỏi từ DN là một trong những nguyên nhân dẫn đến thực trạng trên?**

- Trong nhiều năm qua, ngành giáo dục đã có những nỗ lực nhất định trong việc đào tạo nhân lực cho ngành chế biến gỗ. Tuy nhiên, nếu xét một cách toàn diện, có thể thấy mức độ đầu tư vào công tác đào tạo hiện nay chưa tương xứng với tiềm năng và nhu cầu của ngành do thiếu gắn kết giữa cơ sở giáo dục và DN. Hiện tại, chỉ khoảng dưới 30% DN trong ngành chế biến gỗ tham gia hợp tác đào tạo với các trường đại học và cao đẳng. Tỷ lệ này thấp hơn nhiều so với các quốc gia phát triển, sự hợp tác này thường đạt trên 70%.



ANH QUÝ HÒA





Điều này khiến các chương trình đào tạo thiếu đi tính thực tiễn và chưa đáp ứng được nhu cầu cụ thể của DN.

Tuy nhiên, việc đào tạo không thể chỉ phụ thuộc vào các cơ sở đào tạo mà cần có sự tham gia tích cực hơn từ phía DN và Chính phủ. DN cần đầu tư mạnh mẽ hơn vào chương trình thực tập, đào tạo tại chỗ, cung cấp thiết bị hiện đại hỗ trợ cho các cơ sở đào tạo. Đồng thời, Chính phủ cần tăng cường hỗ trợ tài chính để nâng cấp cơ sở vật chất, phát triển giáo trình và đào tạo đội ngũ giảng viên chuyên nghiệp.



### **\* Hiện, tỷ lệ sinh viên ngành Kỹ nghệ gỗ và nội thất của trường có được việc làm sau tốt nghiệp là bao nhiêu?**

- Theo thống kê từ Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh về tỷ lệ sinh viên ngành Kỹ nghệ gỗ và nội thất có việc làm đúng ngành sau tốt nghiệp là trên 90%. Đây là con số phản ánh ngành gỗ đang có nhu cầu nguồn nhân lực lớn và khả năng hấp thụ lao động tốt trong tương lai.

Tuy nhiên, dù người trẻ hiện nay có sự hứng thú với ngành chế biến gỗ và thủ công mỹ nghệ, các DN lớn đã đầu tư vào công nghệ hiện đại và cải thiện môi trường làm việc, nhưng ở một số cơ sở nhỏ, tình trạng làm việc trong môi trường chưa đảm bảo an toàn lao động hoặc thiếu các phúc lợi cơ bản vẫn còn phổ biến. Những điều này khiến nhiều người trẻ khó có động lực gắn bó lâu dài với ngành.

### **\* Theo ông, cần có những chính sách, hoạt động cụ thể nào từ phía các nguồn lực khác để thu hút nhân lực chất lượng cao cho ngành?**

- Việc thu hút nguồn nhân lực cho ngành chế biến gỗ không chỉ là trách nhiệm của ngành giáo dục mà cần sự phối hợp đồng bộ giữa các nguồn lực.

Thứ nhất, DN cần có các chính sách và hoạt động cụ thể để thu hút và giữ chân nhân lực. Xây dựng chương trình hợp tác đào tạo với trường học, cung cấp các suất học bổng và cơ hội thực tập cho sinh viên. Thiết kế lộ trình phát triển nghề nghiệp rõ ràng cho người lao động, tạo ra cơ hội thăng tiến và học tập để nâng cao tay nghề. Cải thiện môi trường làm việc, đảm bảo an toàn lao động và đưa ra các phúc lợi hấp dẫn như bảo hiểm





thông để thay đổi nhận thức xã hội về ngành chế biến gỗ, là ngành thể mạng của người Việt mạnh lại nhiều lợi ích như: thu nhập ổn định, cơ hội làm việc quốc tế, và tiềm năng sáng tạo; Xây dựng chính sách nhập cư linh hoạt, cho phép các chuyên gia nước ngoài làm việc tại Việt Nam để chuyển giao công nghệ và kỹ năng cho lao động trong nước.

Cuối cùng, cần có sự phối hợp giữa các nguồn lực này để tạo ra một hệ sinh thái nhân lực bền vững. Ví dụ, DN và nhà trường có thể xây dựng các trung tâm đào tạo thực hành, nơi sinh viên vừa học vừa làm dưới sự hướng dẫn của các chuyên gia. Các hiệp hội có thể đóng vai trò giám sát và đánh giá chất lượng đào tạo, trong khi Chính phủ đảm bảo nguồn lực tài chính và chính sách hỗ trợ.

sức khỏe, nhà ở, hay hỗ trợ đi lại. Những chính sách này sẽ giúp tăng sức hút đối với lao động trẻ, đồng thời giữ chân nhân lực lâu dài.

Thứ hai, các hiệp hội ngành nghề như VIFOREST, HAWA, BIFA... cần đóng vai trò cầu nối giữa DN và cơ sở đào tạo. Hiệp hội có thể tổ chức các hội thảo chuyên đề, triển lãm nghề nghiệp, và các buổi gặp gỡ giữa sinh viên với DN để nâng cao nhận thức về cơ hội nghề nghiệp trong ngành. Hiệp hội phối hợp với Chính phủ để xây dựng các tiêu chuẩn kỹ năng nghề, đảm bảo người lao động được đào tạo đúng với yêu cầu thực tế của thị trường.

Thứ ba, Chính phủ cần đưa ra các chính sách hỗ trợ về tài chính và pháp lý để thúc đẩy sự phát triển nguồn nhân lực cho ngành chế biến gỗ như: Ưu đãi thuế cho DN đầu tư vào đào tạo và nghiên cứu phát triển; Hỗ trợ tài chính cho các chương trình đào tạo kỹ thuật và công nghệ cao, đặc biệt là tại các trường đại học và cơ sở giáo dục nghề; Tăng cường truyền





**\* Các hoạt động kết nối với trường học để đào tạo sinh viên, tạo môi trường cho sinh viên thực tập cũng như “đặt hàng” để đào tạo trúng đích, trúng yêu cầu thực tế hoạt động của DN triển khai trong thời gian vừa qua có hiệu quả?**

- Các hoạt động kết nối giữa DN và trường học trong thời gian qua đã mang lại nhiều kết quả tích cực, nhưng vẫn còn nhiều vấn đề để cải thiện. Những nỗ lực này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo mà còn giúp sinh viên tiếp cận thực tế công việc và nâng cao cơ hội việc làm sau tốt nghiệp. Tuy nhiên, hiệu quả của các chương trình này vẫn phụ thuộc nhiều vào mức độ cam kết và sự phối hợp giữa các bên.

Như Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh đã ký thoả thuận hợp tác với một số hiệp hội và DN như: HAWA, BIFA, AA Corporation, Tập đoàn Kim Tín, Công ty TAVICO, Công ty Thành Thông, Công ty Teckcom, Công ty Dũng Khanh... Thông qua các hợp tác này, Trường đã được hỗ trợ cơ sở vật chất; mở các lớp đào tạo kỹ năng vận hành máy CNC, sử dụng phần mềm thiết kế nội thất 3D, các kỹ năng quản lý sản xuất; DN trao học bổng, tổ chức các buổi thực tập tại nhà máy, tham gia xây dựng nội dung giảng dạy phù hợp với yêu cầu thực tế... Các DN đã tuyển dụng được nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp. Các hoạt động này rất hiệu quả, thiết thực và đáp ứng được nhu cầu của cơ sở đào tạo và DN.

**\* Cảm ơn ông về những trao đổi này!** 📌



ANH: QUÝ HÒA

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM (HCMUTE) có truyền thống lâu đời và là trường đào tạo về kỹ thuật hàng đầu ở Việt Nam. Trường thu hút sinh viên vào học ngành kỹ nghệ gỗ và nội thất nói riêng và các ngành khác nói chung nhờ chất lượng đào tạo và công tác chăm sóc, hỗ trợ sinh viên tốt.

#### CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGÀY MỘT NÂNG CAO:

- Chương trình đào tạo theo định hướng công nghệ: Kết hợp giữa lý thuyết và thực hành một cách hợp lý; đồng thời luôn được cập nhật, bổ sung những kiến thức mới vào chương trình đào tạo và đáp ứng được nhu cầu DN.
- Cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại: Hằng năm trường đầu tư hơn 300 tỷ đồng để xây dựng, cải tạo cơ sở vật chất, mua sắm trang thiết bị hiện đại phục vụ cho việc học tập và nghiên cứu của sinh viên.
- Hợp tác với DN: Trường đã thiết lập mối quan hệ chặt chẽ với nhiều DN trong ngành chế biến gỗ và sản xuất đồ nội thất; tạo cơ hội cho sinh viên tham gia thực tập thực tế và tiếp cận với môi trường làm việc chuyên nghiệp... Đồng thời mời chuyên gia của các hiệp hội và DN cùng tham gia vào quá trình đào tạo sinh viên...

#### HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC VÀ HỖ TRỢ SINH VIÊN TỐT:

- Học bổng và các chính sách hỗ trợ sinh viên: Hằng năm trường cấp từ 50 đến 70 tỷ đồng học bổng khuyến khích sinh viên; học bổng cho nữ sinh viên theo học các ngành kỹ thuật trong đó có ngành kỹ nghệ gỗ và nội thất. Ngoài ra, trường thường xuyên liên hệ với các công ty, tập đoàn, các tổ chức trong nước và quốc tế để trao học bổng DN cho sinh viên...
- Hoạt động ngoại khóa và phát triển kỹ năng mềm: Trường thường xuyên tổ chức nhiều hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ và hội thảo chuyên đề giúp sinh viên phát triển kỹ năng mềm, kỹ năng làm việc nhóm và khả năng lãnh đạo. Những kỹ năng này rất quan trọng trong môi trường làm việc thực tế và giúp sinh viên tự tin hơn khi gia nhập thị trường lao động.
- Cam kết và giới thiệu việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp.



# Bà Đặng Trịnh Nhã Hương - Giám đốc Navigos Search miền Nam: Đừng bỏ lỡ thời cơ “dân số vàng”

➤ TRÚC PHƯƠNG thực hiện

MỖI NĂM VIỆT NAM CÓ KHOẢNG 1,5 TRIỆU NGƯỜI BƯỚC VÀO ĐỘ TUỔI LAO ĐỘNG. TUY NHIÊN, TRÊN 70% LỰC LƯỢNG NÀY VẪN CHƯA TẠO NÊN SỨC BẬT CHO NỀN KINH TẾ. ĐỂ KHAI THÁC VÀ PHÁT TRIỂN LỢI THẾ NHÂN LỰC, BÀ ĐẶNG TRỊNH NHÃ HƯƠNG CHO RẰNG CẦN MỘT CHIẾN LƯỢC TỔNG THỂ, TẬP TRUNG TỪ ĐÀO TẠO SONG SONG VỚI ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ.



**\* Lao động Việt Nam đang ở giai đoạn nhiều lợi thế từ yếu tố dân số vàng. Theo bà, việc này mang đến những thuận lợi nào cho nền kinh tế nói riêng và nguồn lực phát triển quốc gia nói chung?**

- Thời kỳ dân số vàng tại Việt Nam hiện nay là một trong những yếu tố nổi bật khi dân số trong độ tuổi lao động (từ 15 tuổi trở lên) chiếm hơn 50%. “Dân số vàng” có nhiều ưu thế nổi trội như trẻ, năng động, ham học hỏi nên thuận lợi cho việc tiếp thu khoa học - công nghệ và linh hoạt trong chuyển đổi nghề. Thứ đến là có nhiều cơ hội đào tạo nâng cao thông qua việc Nhà nước mở rộng cơ sở giáo dục và nâng cao chất lượng hệ thống cơ sở hạ tầng giáo dục giúp tăng tỷ lệ lao động qua đào tạo. Song song đó, nhận thức về sự cần thiết của việc duy trì và phát triển kỹ năng thông qua việc học tập liên tục đang tăng lên trong cộng đồng dân số lao động trẻ Việt Nam. Với ngoại ngữ, hiện khả năng giao tiếp và thông thạo nhiều ngoại ngữ của giới trẻ Việt Nam tăng lên đáng kể. Điều này giúp thuận lợi trong việc tiếp cận các kiến thức và công nghệ mới của nước ngoài.

“ SỐ NGƯỜI TRONG ĐỘ TUỔI LAO ĐỘNG CÓ TRÌNH ĐỘ CHUYÊN MÔN, KỸ THUẬT CHỈ CHIẾM KHOẢNG 24%. VỀ MẶT CHẤT LƯỢNG, VIỆT NAM CHƯA TẬN DỤNG ĐƯỢC HẾT CƠ HỘI DÂN SỐ VÀNG ”

**\* Tuy dân số trẻ nhưng chất lượng của lao động Việt Nam lại được đánh giá chưa cao?**

- Mỗi năm, Việt Nam có khoảng 1,5 triệu người bước vào độ tuổi lao động, tuy nhiên trên 70% lực lượng này vẫn chưa tạo nên sức bật cho nền kinh tế vì chỉ là lao động giản đơn. Sự thiếu hụt lao động có chuyên môn kỹ thuật trình độ cao và lao động dịch vụ cao cấp trong các ngành thương mại, tài chính, ngân hàng, du lịch... là những thách thức không nhỏ đặt ra cho thời kỳ cơ cấu “dân số vàng”.

Số lượng người lao động qua đào tạo tại Việt Nam tăng trưởng rất chậm. Chủ lực của Việt Nam là ngành công nghiệp gia công nên bị phụ thuộc vào nước khác khá nhiều và vì gia công nên người Việt Nam cũng bị hạn chế trong sáng tạo, đổi mới. Trình độ phát triển kỹ thuật công nghệ chưa cao dẫn đến Việt Nam vẫn thuộc nhóm trung bình. Bên cạnh đó lực lượng dân số có sự phát triển thiếu đồng đều giữa các vùng, miền. Chất lượng lao động Việt Nam vẫn chưa đạt chuẩn cao. Mặc dù có sự tăng trưởng hàng năm nhưng không đáng kể. Số người trong độ tuổi lao động có trình độ chuyên môn, kỹ thuật chỉ chiếm khoảng 24%. Về mặt chất lượng, Việt Nam chưa tận dụng được hết cơ hội dân số vàng.





Tỷ lệ lao động trong nông nghiệp cao nhưng diện tích đất nông nghiệp ngày càng thu hẹp do quá trình đô thị hóa và chuyển đổi mục đích sử dụng đất, dẫn đến gia tăng tình trạng thiếu việc làm. Đáng chú ý, tỷ lệ thanh niên di cư lao động trong và ngoài nước có xu hướng tăng nhanh nhưng các chính sách lao động, việc làm và các dịch vụ xã hội chưa được điều chỉnh kịp thời.



Về năng suất lao động, Việt Nam đang nằm trong nhóm trung bình của khu vực. Tuy nhiên, mức tăng vẫn rất thấp so với các nước. Một nguy cơ khác là chênh lệch về mức năng suất lao động giữa Việt Nam với các nước vẫn tiếp tục gia tăng.

**\* Xét riêng các ngành sản xuất, thâm dụng lao động cao như dệt may, da giày, chế biến gỗ, sản xuất nội thất... thì lao động trẻ có phải là lợi thế?**

- Lao động trẻ có thể là một lợi thế trong các ngành sản xuất thâm dụng lao động cao như dệt may, da giày, chế biến gỗ, sản xuất nội thất, với một số lý do như tính linh hoạt và sức bền cao, chi phí lao động thấp, khả năng học hỏi nhanh, tính ổn định lâu dài... Tuy nhiên, nếu không biết tận dụng khả năng đổi mới và sáng tạo của nguồn lực trẻ này thì rất đáng tiếc.

Năm 2024, Navigos Search đã thực hiện báo cáo 1H cho một số ngành sản xuất cụ thể và thấy rằng nguồn nhân lực trong các ngành sản xuất tại Việt Nam có những vấn đề cần lưu ý. Về số lượng và cơ cấu lao động, ngành sản xuất chiếm khoảng 27-30% tổng số lao động cả nước, chủ yếu ở các lĩnh vực như chế biến, chế tạo, dệt may, da giày, nội thất và điện tử.

Lao động trong ngành sản xuất tập trung tại các khu công nghiệp lớn ở miền Bắc (Hà Nội, Bắc Ninh, Hải Phòng, Quảng Ninh) và miền Nam (TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Long An). Phần lớn là lao động phổ thông, thiếu hụt nhân sự có trình độ chuyên môn kỹ thuật cao và kỹ năng chuyên sâu, nhất là những ngành đòi hỏi công nghệ cao. Nhiều lao động chưa được đào tạo bài bản, thiếu kỹ năng cần thiết theo yêu cầu của DN, đặc biệt trong bối cảnh công nghiệp 4.0. Ngoại ngữ cũng là yếu tố làm giảm tính cạnh tranh của người lao động Việt Nam.





**\* Với những thách thức này, theo bà cần có hành động cụ thể nào để nâng chất lượng nguồn nhân lực Việt?**

- Sự phát triển của công nghệ đòi hỏi lao động trong ngành sản xuất phải có chuyên môn về số hóa, tự động hóa và vận hành máy móc hiện đại. Nhưng nhiều người lao động chưa được trang bị đầy đủ các kiến thức chuyên môn này. Do vậy, cần tăng cường các chương trình đào tạo, nâng cao tay nghề, kỹ năng cho người lao động để đáp ứng yêu cầu của thị trường và công nghệ mới.

Các chương trình đào tạo của Việt Nam chưa tập trung vào đào tạo nghề trong khi thực tế đòi hỏi phải nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng cho người lao động trong ngành sản xuất. Đồng thời, phải đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và tự động hóa để tăng năng suất, chất lượng sản phẩm. Những cải tiến về điều kiện làm việc như cải thiện môi trường, đảm bảo an toàn lao động, tăng cường phúc lợi... sẽ giúp DN thu hút nhân lực và đảm bảo tính gắn kết.

Ở vai trò quản lý, Chính phủ cần có các chính sách hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực, thu hút và giữ chân lao động có tay nghề cao. Việc chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành sản xuất

sẽ giúp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường trong nước và quốc tế. Không thể dựa mãi vào lợi thế nhân công giá rẻ. Nhân lực chất lượng cao mới là lợi thế cạnh tranh lâu dài!

**\* Theo bà hiện mức độ đãi ngộ của các DN dành cho nhân lực sản xuất đã tương xứng?**

- Ở Việt Nam, các công ty có vốn đầu tư từ Mỹ, châu Âu đã và đang đưa ra những chính sách đãi ngộ rất hấp dẫn để thu hút nhân lực chất lượng cao. Các chính sách gồm lương căn bản hàng tháng và các phụ cấp, phúc lợi hàng năm. Điều này khuyến khích nhân viên có sự cam kết lâu dài. Bên cạnh đó,

họ cũng có những chính sách tạo cơ hội thăng tiến nghề nghiệp cho người lao động. Ngược lại, người lao động cũng phải có đầy đủ năng lực để đáp ứng yêu cầu tuyển dụng của từng vị trí cụ thể.

Các công ty có vốn đầu tư từ các quốc gia khác cũng đang đưa ra các chính sách đãi ngộ cạnh tranh, xây dựng môi trường làm việc khích lệ nhân viên và thu hút nguồn nhân lực chất lượng hơn.

“ CHỈ KHI CÓ NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG VÀ TÂM NHÌN DÀI HẠN, DN MỚI CÓ THỂ THAM GIA VÀO CÁC PHÂN KHÚC CAO HƠN VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRÊN THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU ”



**\* Việt Nam đang được xem là công xưởng sản xuất mới của thế giới. Đầu tư FDI vào Việt Nam ngày một nhiều. Đây có phải là một trong những yếu tố khiến giá lao động tại Việt Nam ngày càng tăng?**

- Điều này là thực tế bởi các DN đều muốn cạnh tranh để thu hút nhân tài, trong đó tiền lương, thu nhập là yếu tố có tính chất quyết định. Tin vui là các DN trong nước cũng nắm bắt được nhu cầu thị trường, mạnh dạn đưa ra các chính sách đãi ngộ



ẢNH: VŨ PHONG

cạnh tranh không kém và nỗ lực xây dựng môi trường làm việc hấp dẫn để thu hút lao động.

**\* Theo bà, làm thế nào để các DN ngành chế biến gỗ (đang sử dụng trung bình khoảng 1.000 nhân viên/nhà máy) giữ chân và phát huy nguồn lao động này một cách tối ưu?**

- Việc này rất quan trọng đối với việc duy trì sự phát triển bền vững và nâng cao năng suất lao động, năng lực sản xuất. Các DN chế biến gỗ cần xây dựng một môi trường làm việc công bằng, an toàn và đầy đủ cơ hội phát triển. Đặc biệt chú trọng đào tạo, đãi ngộ hợp lý và xây dựng văn hóa DN. Đây là những yếu tố then chốt để giữ ổn định nguồn nhân lực có chất lượng.

Để có thể phát triển bền vững và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng, Việt Nam không thể cứ mãi là công xưởng gia công mà phải chuyển sang mô hình kinh doanh chủ động. Trước mắt, cần chuẩn bị đội ngũ lao động chất lượng cao, có khả năng sáng tạo, đổi mới và thích nghi với các yêu cầu quốc tế. Điều này đòi hỏi một chiến lược đào tạo toàn diện, không chỉ trong sản xuất mà cả trong quản lý, sáng tạo thiết kế, marketing...

**\* Xin cảm ơn bà!**







ÔNG LIAO CHUAWU

# Ông Liao Chuawu - Nhà sáng lập, Giám đốc Điều hành Hukon Việt Nam: **Biến đối tác thành người đồng hành**

➤ **BÁO LÊ** thực hiện

HƠN 4.000 CON NGƯỜI ĐANG LÀM VIỆC Ở 4 NHÀ MÁY ĐƯỢC XEM LÀ MỘT TRONG NHỮNG “TÀI SẢN” QUAN TRỌNG MÀ HUKON CÓ ĐƯỢC SAU GẦN 10 NĂM ĐẦU TƯ Ở VIỆT NAM. ĐỂ CÓ THÊM NGUỒN LỰC CHUYÊN MÔN, GIA TĂNG GIÁ TRỊ CHO HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT, KINH NGHIỆM CỦA HUKON LÀ XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ ĐỒNG HÀNH VỚI ĐỐI TÁC.

## **\* Là một thương hiệu đến từ Singapore, ông có thể chia sẻ nguyên nhân Hukon quyết định đầu tư vào Việt Nam?**

- Gia đình tôi có truyền thống làm việc trong ngành nội thất. Tôi có dịp đến Việt Nam nhiều lần cho cả mục tiêu kinh doanh lẫn du lịch và yêu mến đất nước này, nhưng phải đến năm 2019 tôi mới quyết định chính thức đầu tư vào Việt Nam. Đây là thời điểm, theo tôi là chín muồi, vì vừa nhận được hỗ trợ tốt từ phía Nhà nước lẫn chính quyền địa phương Bình Dương, vừa có được lợi thế cạnh tranh tốt trên thị trường nội thất quốc tế, đặc biệt là việc xuất khẩu sang Mỹ, thị trường chính của Hukon.

Văn hóa bản địa và con người siêng năng phù hợp với hoạt động sản xuất đồ nội thất cũng là những lợi thế. Nhờ những giá trị này mà chỉ trong 5 năm, Hukon đã triển khai 4 nhà máy, mở rộng sản xuất lẫn thị trường.

## **\* Tập trung vào ngành riêng là tủ kệ bếp. Hukon đánh giá tiềm năng xuất khẩu của mảng sản phẩm này thế nào?**

- Trung bình, năng lực xuất khẩu của Hukon đạt 200 container/tháng. Tủ kệ bếp là sản phẩm gần như không thể thiếu trong mọi gia đình nên ít bị ảnh hưởng bởi những tác động xấu như lạm phát hay suy giảm kinh tế. Hiện, nhu cầu tủ kệ bếp vẫn đang tăng trưởng tốt với mức tiêu thụ nhiều nhất là ở Hoa Kỳ. Trong tương lai, tôi nghĩ mặt hàng này sẽ còn tăng trưởng tốt hơn vì tốc độ đô thị hóa nhanh, nhu cầu xây dựng nhà ở hiện đại ở nhiều nước cũng đang tăng cao.

## **\* Như vậy, việc tập trung vào mảng sản phẩm tiềm năng giúp Hukon tránh được giai đoạn khó khăn chung của toàn ngành nội thất Việt Nam, thiếu đơn hàng sản xuất trong năm 2023?**



DÂY CHUYỀN SẢN XUẤT TỦ KỆ BẾP TẠI HUKON



- Thời gian đó, Hukon cũng sụt doanh số nhưng không nhiều. Tuy nhiên, yếu tố giúp chúng tôi vững vàng không phải là do ngành hàng mà là tính chủ động. Việc khan hiếm đơn hàng được chúng tôi dự đoán từ trước nên Hukon có những chuẩn bị kịp thời.

Cũng nhờ tính chủ động mà năm 2024, khi đơn hàng trở lại, dù chưa thể lấy lại được doanh số xuất khẩu như ở thời kỳ đỉnh cao nhưng dự tính, Hukon sẽ tăng trưởng từ 10 - 15% trong năm 2024.



#### \* Ông có thể chia sẻ kinh nghiệm xây dựng tính chủ động trong kinh doanh của Hukon?

- Giá trị của một doanh nghiệp (DN) được xây dựng trên nhiều yếu tố nhưng tôi nghĩ, cốt lõi trong mọi mô hình kinh doanh vẫn là vấn đề thiết lập và tổ chức các mối quan hệ. Quan hệ tốt với nhân lực thì DN có được tập thể tốt, quan hệ tốt với đối tác thì có được hợp đồng lâu dài, quan hệ tốt với các đơn vị cung ứng sẽ tạo được nguồn lực hỗ trợ mạnh mẽ...

Hukon xây dựng được các mối quan hệ tốt như vậy nên chúng tôi thích ứng được với những đòi hỏi mới của thị trường.

#### \* Cụ thể hơn trong việc xây dựng quan hệ tốt với đối tác, thưa ông?

- Có thể kể trường hợp của đối tác cung ứng sơn cho chúng tôi là AkzoNobel. Quan hệ giữa chúng tôi không chỉ là đối tác mà còn là đơn vị đồng hành. Không chỉ thiết kế quy trình sơn bề mặt tại xưởng, AkzoNobel còn tư vấn nhà máy cải tiến quy trình sản xuất phù hợp. Họ cử hẳn đội ngũ chuyên gia của họ đến làm việc thường trực với nhà máy, giúp chúng tôi chuẩn chỉnh từ khâu chuẩn bị nguyên liệu đến sản xuất và sẵn sàng xử lý nếu chẳng may có sai sót thao tác nào đó.

Là một đơn vị gia công cho các thương hiệu nổi tiếng thế giới, chúng tôi buộc phải đáp ứng được nhu cầu mới của khách hàng. Khi có thiết kế mới, đội ngũ chuyên gia của AkzoNobel sẽ cùng phòng R&D của Hukon nghiên cứu các giải pháp. Mỗi đơn vị sẽ có thế mạnh riêng, AkzoNobel tập trung nghiên cứu thế mạnh của họ, đưa ra giải pháp bề mặt còn Hukon tập

trung vào giải pháp sản xuất. Tổng hòa các nguồn lực như thế giúp Hukon không chỉ tiết kiệm được thời gian mà còn có được lợi thế cạnh tranh toàn cầu.

#### \* Một trong những thách thức với các DN nội thất hiện nay là thị hiếu thay đổi rất nhanh, DN phải thay đổi mẫu mã liên tục. Hukon có đối diện với áp lực này?

- Tôi cho rằng, áp lực đó sẽ khiến DN nội thất sẽ phải năng động hơn, không chỉ đợi khách hàng đưa ra yêu cầu mà còn phải chủ động phát triển thiết kế mới, đón đầu xu hướng và cùng khách hàng phát triển mẫu cho thị trường tương lai.

Một xu hướng khác cũng đang tác động rất lớn đến ngành là nhu cầu nội thất xanh và tính bền vững trong sản xuất. Để đáp ứng được đòi hỏi này, DN không chỉ chuyển đổi xanh trong hoạt động riêng mình mà còn phải đảm bảo tính bền vững trên cả chuỗi cung ứng. Hukon đã và đang nỗ lực đáp ứng tất cả các yêu cầu từ phía thị trường nhập khẩu nhưng cũng đòi hỏi các đối tác cũng phải theo đuổi các giá trị tương ứng. Đó chính là lý do chúng tôi chọn AkzoNobel là nhà cung ứng sản phẩm lẫn giải pháp sơn bề mặt. Thương hiệu này có lịch sử thực hành và theo đuổi mục tiêu bền vững, giảm phát thải... Khi sử dụng sơn AkzoNobel trên bề mặt tủ kệ bếp, những chứng nhận bền vững mang tính toàn cầu của họ cũng sẽ bảo chứng cho các tiêu chuẩn chuỗi cung ứng xanh của Hukon.



ĐỘI KỸ THUẬT AKZONOBEL THƯỜNG TRỰC TẠI XƯỞNG HUKON, TẠO THÊM LỢI THẾ NGUỒN LỰC CHO CÁC DN SẢN XUẤT NỘI THẤT

#### \* Với những lợi thế kể trên, dự định của Hukon tại Việt Nam thế nào trong thời gian tới?

- Đơn hàng cho năm 2025 của Hukon đã đầy trong 6 tháng đầu năm. Triển vọng phục hồi của thị trường nội thất toàn cầu cũng được đánh giá cao. Cơ hội cho các DN nội thất không hề nhỏ. Tôi tin là Hukon có thể tiếp tục phát triển và mở rộng tại Việt Nam.

\* Xin cảm ơn ông! 🇻🇳

# Chủ động nguyên liệu cho thủ công mỹ nghệ

➤ MINH KHUÊ



SỞ HỮU HAI THỂ MẠNH LÀ TAY NGHỀ LAO ĐỘNG CAO VÀ NGUỒN NGUYÊN LIỆU BẢN ĐỊA DỒI DÀO, DOANH NGHIỆP (DN) THỦ CÔNG MỸ NGHỆ (TCMN) ĐÓNG VAI TRÒ QUAN TRỌNG TRONG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CHUNG CỦA NGÀNH NỘI THẤT. CÙNG NGỒI LẠI ĐỂ CÓ THỂ HIỆP LỰC VÀ CÓ THÊM GIẢI PHÁP LÀ CÁCH MÀ CÁC THÀNH VIÊN BAN CHẤP HÀNH (BCH) HAWA TRIỂN KHAI ĐỂ CÓ THỂ KHAI PHÁ VÀ PHÁT HUY THỂ MẠNH CỦA KHỐI DN NÀY.

“Với những đặc thù về thổ nhưỡng, địa lý, Việt Nam là quốc gia đang sở hữu nguồn nguyên liệu sản xuất các mặt hàng TCMN rất phong phú. Tiềm năng phát triển của ngành cực kỳ lớn”, ông Lai Trí Mộc - Ủy viên BCH HAWA nhận xét như thế tại buổi nói chuyện chuyên đề “Nguồn nguyên liệu tiềm năng cho ngành TCMN Việt Nam”, do HAWA tổ chức sáng ngày 8/11.

## Những khoảng trống bất định

Theo phân tích của ông Mộc, những ứng dụng của ngành về mặt nguyên liệu hiện nay khá đa dạng với lục bình, cói, mây... Trước xu hướng tiêu dùng bền vững, hướng đến những giá trị tự nhiên, sản phẩm làm ra từ các nguyên liệu này ngày càng được đón nhận. Tuy nhiên, gắn liền với cơ hội lại là thách thức. Những năm gần đây, nguyên liệu dành cho TCMN đều thiếu ổn định. Trước sự tranh mua của thương lái Trung Quốc, giá nguyên liệu lục bình miền Tây liên tục biến động. Cói ở Nga Sơn - Thanh

Hóa và Vĩnh Long có sản lượng ổn định nhưng chất lượng đang giảm và giá thành khó cạnh tranh vì khai thác thủ công. Trữ lượng mây rừng tự nhiên đã giảm rất nhiều. Các dự án lớn để trồng mây lại không hiệu quả. “Với đà này, trong tương lai, khả năng cạnh tranh của DN trong ngành sẽ ngày càng khó”, ông nhận xét.

Hướng đến xây dựng các giải pháp thay thế, nhiều DN TCMN đã mạnh dạn nghiên cứu, thử nghiệm nhiều nguyên liệu mới. Ví dụ, thân chuối của giống chuối đặc thù, có sợi dai, phổ biến ở khu vực đồi núi khu vực Khánh Hòa hoặc thủy trúc, loại cây kiểng mọc phổ biến ở các tỉnh Nam bộ. Hiện, thủy trúc được trồng theo những cánh rừng, bờ mương, hàng rào nhà... có thể sống ở các vùng khác nhau, không cần chăm sóc mà lại có thân chắc, đẹp với giá thành rẻ hơn cói. Theo ông Mộc, những nguyên liệu trên nhiều tiềm năng nhưng vẫn chưa thực sự được nghiên cứu ứng dụng bài bản, cần thêm thời gian để đi vào thực tiễn sản xuất.



## Mở đường cho chuỗi cung ứng bền vững

Ông Trần Lam Sơn - Ủy viên BCH HAWA đánh giá, sự bất định trong nguồn cung nguyên liệu cho TCMN chỉ có thể giải quyết được khi có sự phối hợp bài bản giữa các nhà khoa học, các DN và một mô hình sản xuất tiến bộ. Bài học thực tiễn từ Vietnam Housewares Corp là một ví dụ.

Kết hợp với các chuyên gia thuộc Đại học Cần Thơ, Vietnam Housewares từng bước đưa công nghệ vào sản xuất hàng TCMN. Mất 5 năm nghiên cứu ứng dụng, phương pháp xử lý, phương án thu hoạch, phương án sản xuất... đơn vị này đã có thể thuyết phục được những khách hàng khó tính ở thị trường quốc tế. "Nếu được đầu tư phát triển vùng trồng, giá thành năng suất sẽ còn xuống thấp hơn, có thể chỉ bằng nửa giá cây lục bình để tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm TCMN", ông Sơn tính toán.

Không chỉ giải quyết bài toán nguyên liệu, mô hình sản xuất mà Vietnam Housewares kết hợp triển khai hướng đến bài toán sinh kế cho người dân đồng bằng. Cụ thể, với việc triển khai các tổ dạy đan, tổ chức đào tạo nghề đan cho người lao động, đảm bảo đầu ra cho sản phẩm... người dân tham gia hợp tác xã có được 3 nguồn thu, từ việc bán nguyên liệu năng suất, công việc đan sản phẩm và nguồn lợi thủy sản trên vùng trồng của họ. "Hiện sản phẩm năng suất đã có mặt ở các siêu thị toàn cầu nhưng cơ hội vẫn còn rất lớn cho tất cả các DN TCMN. Ngành càng phát triển thì DN càng có lợi", ông Mộc nói.

Theo ông Mộc, cũng như xuất khẩu đồ nội thất, mức độ cạnh tranh trong ngành TCMN không hề nhỏ. DN Trung Quốc không có nguyên liệu nhưng lại có

khả năng thu mua rất lớn từ Việt Nam. Bangladesh cũng đang phát triển ứng dụng cỏ Vetiver, đan sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Do vậy, ngành TCMN Việt Nam phải thay đổi, tính toán được khả năng chủ động nguyên liệu. Ông nhấn mạnh: "Để khai thác được tiềm năng cần có sự nỗ lực của DN trong ngành. Thị trường cần sự sáng tạo các giá trị mới trong thiết kế, kết hợp các nguyên liệu với nhau và nhất là phải đáp ứng được các tiêu chí cân bằng môi sinh, phát triển bền vững...".

Lấy mục tiêu "Tự cường trên chuỗi cung ứng" làm kim chỉ nam, ông Trần Lam Sơn cho biết, HAWA đang nỗ lực cùng DN trong ngành TCMN liên kết để có thể chủ động nguồn nguyên liệu. Nếu có thể phủ xanh năng suất toàn bộ diện tích 1,8 triệu ha đất nhiễm mặn ở đồng bằng Sông Cửu Long thì ngành TCMN đã có kho nguyên liệu rất lớn. Quan trọng hơn, loại cây trồng này còn có thể góp phần cải thiện chất lượng đất, giải bài toán cân bằng môi sinh. Đó là một thông điệp hoàn toàn đủ sức để thuyết phục người mua hàng thế giới.

Đồng quan điểm, bà Phạm Thị Hồng Quang - Ủy viên BCH HAWA cũng cho rằng, khi đã chủ động được nguồn nguyên liệu, liên kết là cách làm tốt nhất để DN trong ngành cùng phát triển, hướng đến xây dựng chuỗi cung ứng các mặt hàng TCMN bền vững của Việt Nam. Mỗi DN đều có chuyên môn riêng nên có thể kết hợp cùng nhau để làm nên lợi thế cạnh tranh chung. "Thay vì 'bao sân' mọi công đoạn, DN trong ngành có thể chọn đứng ở đâu trong chuỗi cung ứng. TCMN Việt Nam hướng đến không bán những gì có sẵn mà bán những thứ thế giới cần", bà Quang nhấn mạnh. 📌



# Vững chân trên hành trình giảm phát thải

➔ HÀ PHƯƠNG



KHI CÁC QUỐC GIA BẮT TAY VỚI NHAU CÙNG XÂY DỰNG CHUỖI CUNG ỨNG XANH, NHỮNG ĐÒI HỎI MỚI VỀ MẶT MÔI TRƯỜNG ĐANG TẠO SỨC ÉP CHO NGÀNH GỖ CŨNG NHƯ CÁC NGÀNH SẢN XUẤT KHÁC. TUY NHIÊN, CƠ HỘI TỪ NHỮNG THAY ĐỔI NÀY CŨNG KHÔNG HỀ NHỎ, NHẤT LÀ ĐỐI VỚI NGÀNH KHAI THÁC VÀ CHẾ BIẾN GỖ.

“**M**ọi sản phẩm được làm ra đều để lại tác động đến môi trường. Trong xu hướng tiêu dùng xanh toàn cầu, những đơn hàng của ngành nội thất đang được đòi hỏi nhiều hơn về giảm phát thải, chống ô nhiễm môi trường”, ông Nguyễn Duy Toàn, Ủy viên Ban chấp hành HAWA, Phó tổng giám đốc Công ty Hồng Ký khẳng định như vậy tại khóa đào tạo “Kiểm kê khí nhà kính và tính toán tiềm năng giảm phát thải trong ngành gỗ”, khai giảng sáng 17/10 tại TP.HCM. Đây là hoạt động thuộc dự án “Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững cho ngành gỗ Việt Nam” do HAWA thực hiện với sự hỗ trợ kỹ thuật từ Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO).

## Những lợi ích trước mắt

Với mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp (DN) ngành gỗ chuyển đổi số trong sản xuất, nhận thức và bước đầu thực hành giảm phát thải carbon cũng như nâng cao năng lực quản trị carbon trong nhà máy, khóa học mang đến học viên những kiến thức cơ bản về quy tắc, quy trình và phương pháp kiểm kê. Đại diện hơn 40 DN trong ngành đã cùng tìm hiểu, thực hành xác định và tính toán khí nhà kính dựa trên những con số thực tế để thấy được khối lượng phát thải trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của ngành. Đồng thời, tham gia vào hoạt động thực tiễn như lập báo cáo kiểm kê khí nhà kính, tìm hiểu các giải pháp quản lý phát thải, gặp gỡ và đối thoại với đại diện các nhà máy điển hình chuyển đổi xanh trong ngành...

Bà Nguyễn Thị Truyền, chuyên gia cao cấp ILO, giảng viên chính của khóa học cho biết, giảm phát thải là con đường mà bất cứ DN nào cũng cần hướng đến, nếu muốn tiếp tục kinh doanh toàn cầu. Với ngành chế biến gỗ, có đến 90% phát thải là nằm ở việc tiêu thụ năng lượng. Do vậy, DN cần tiến hành quá trình đánh giá nguồn năng lượng tiêu thụ để từ đó thiết kế được kế hoạch giảm phát thải. Kế hoạch ấy cần tuân thủ nguyên tắc: lợi về nhân công, lợi về năng lượng. Bà Truyền đánh giá, những đòi hỏi

mới của thị trường quốc tế, trước mắt là CBAM, sẽ tác động không ít đến thương mại nhưng cũng là cơ hội nếu DN có những hành động cụ thể cho việc giảm phát thải.

Theo chuyên gia đến từ ILO, một trong những lợi ích thấy được trước mắt của quá trình giảm phát thải là chi phí tiêu

thụ năng lượng sẽ giảm, nghĩa là chi phí đầu vào của DN sẽ thấp hơn, tạo lợi thế cạnh tranh. “Tạo được lợi thế nhiều hay ít từ quá trình giảm phát thải còn phụ thuộc vào tầm nhìn, mục tiêu của chủ DN trong quá trình quy hoạch lại các giá trị. DN cần có được những con số mong muốn cụ thể như mức độ giảm phát thải carbon bao nhiêu? Cải tiến thế nào? Mô hình kinh doanh sẽ thay đổi ra sao?”

“**NẾU ĐẶT LÊN BÀN CÂN, RÕ RÀNG THỰC HÀNH TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG VẪN DỄ DÀNG VÀ CÓ LỢI ÍCH KINH TẾ HƠN NHIỀU SO VỚI VIỆC TĂNG DOANH SỐ**”

”





## Làm chủ cuộc chơi

Ông Trịnh Đình Dũng, đại diện Trần Đức Home chia sẻ những kết quả khá bất ngờ khi DN này theo đuổi mục tiêu giảm phát thải. Cụ thể, Trần Đức đã giảm khoảng 15% năng lượng tiêu thụ, tiết kiệm được hơn 2 tỷ đồng tiền điện. “Muốn có được con số này, tương đương với việc DN phải tăng doanh thu lên hơn 43 tỷ đồng. Nếu đặt lên bàn cân, rõ ràng thực hành tiết kiệm năng lượng vẫn dễ dàng và có lợi ích kinh tế hơn nhiều so với việc tăng doanh số”, ông Dũng nói.

Theo ông Dũng, quá trình thực hành giảm phát thải ở Trần Đức có sự tham gia của bên thứ ba, nhà cung cấp hệ thống công nghệ nền tảng là FPT. Quan trọng nhất là trách nhiệm của 3 bộ phận: vận hành - bảo trì, hành chính nhân sự và kế toán. Thực tế hoạt động sản xuất cho thấy, các tài chính trong nhà máy chế biến gỗ thường dùng là hút bụi, hệ thống nén khí, máy ép nóng, hệ thống chiếu sáng, dây chuyền sơn, lò mạ, xưởng kim loại, hệ thống quạt gió, hệ thống điều hòa không khí, hệ thống máy như CNC, dán cạnh, khoan, bào... “Để hệ thống chạy không tải, non tải, xì nén khí,

lạm dụng khí nén... là nguyên nhân hàng đầu dẫn đến lãng phí năng lượng”, ông Dũng nói.

Kinh nghiệm của Trần Đức trong việc tổ chức lại hệ thống sản xuất là phải khắc phục được những tồn đọng trên. Đồng thời, tận dụng ánh sáng tự nhiên, quản lý nguồn nhiệt, đổi giờ nghỉ trưa, tránh vận hành máy móc giờ cao điểm... Hướng tới mục tiêu Net Zero vào năm 2050, Trần Đức đang rất tự tin với quyết định đầu tư và tái cấu trúc sản xuất. Theo ông Dũng, DN này đang tiếp tục hướng đến khai thác năng lượng tái tạo để đưa mức phát thải về âm.

Đánh giá mục tiêu xanh hóa của các DN ngành gỗ, ông Phùng Đức Hoàng, Điều phối viên quốc gia của ILO tại Việt Nam cho biết, hiện đặc thù của ngành là gia công, DN luôn phải tìm cách đáp ứng yêu cầu khách hàng. Do vậy, dù phát triển khá nhanh nhưng ngành luôn ở thế bị động. “Xu hướng xanh hóa đang diễn ra rất nhanh và rất quyết liệt. Các DN khu vực châu Âu đều phải triển khai kế hoạch giảm phát thải. Giải pháp của các nhà mua hàng là xem xét lại chuỗi cung ứng, xem các thành phần trong chuỗi có chuyển đổi xanh thì mới duy trì hợp tác. Do vậy, việc thực hiện các kiểm kê phát thải chủ động từ phía DN Việt Nam là bước đón đầu, hứa hẹn tạo thêm lợi thế cạnh tranh cho ngành trong tương lai”, ông Hoàng nhận định.

Đồng quan điểm, bà Truyền cũng cho rằng, quá trình giảm phát thải dưới góc độ kinh tế không chỉ giúp DN có được lợi nhuận, gia tăng năng lực quản lý mà còn góp phần xây dựng được thương hiệu, tạo ấn tượng với khách hàng. Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường vẫn còn nhiều thách thức, DN còn đang chật vật ứng phó thì việc nhìn về mục tiêu bền vững, DN cũng phải cân nhắc, lựa chọn được các giải pháp mang lại lợi ích thực sự. 📌





# Đến Nghĩa Sơn học chuyển đổi số

➤ NAM KHUÊ

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG NGÀNH GỖ KHÔNG CHỈ DIỄN RA TRONG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT MÀ CÒN TRONG KINH DOANH. ĐÓ LÀ MÔ HÌNH CÔNG TY NGHĨA SƠN THỰC HIỆN KHI THAM GIA CÁC NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, BÁN HÀNG TRỰC TIẾP ĐẾN NGƯỜI DÙNG TOÀN CẦU. KHÔNG CHỈ GIA TĂNG LỢI NHUẬN, BƯỚC ĐI NÀY LÀ MỘT TRONG NHỮNG NỖ LỰC TỰ CƯỜNG TRÊN CHUỖI CUNG ỨNG, LÀ NỀN TẢNG HƯỚNG ĐẾN MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA NGÀNH.

Sáng 1/11, đại diện hơn 30 doanh nghiệp (DN) thành viên HAWA đã có dịp đến tham quan nhà máy Nghĩa Sơn 3, tại Khu công nghiệp Hồ Nai. Đây là hoạt động nằm trong khuôn khổ dự án "Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững cho ngành gỗ Việt Nam" do HAWA thực hiện, với sự hỗ trợ kỹ thuật từ Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), nhằm hỗ trợ các DN ngành gỗ chuyển đổi số trong sản xuất, nhận thức và bước đầu thực hành giảm thải carbon cũng như nâng cao năng lực về quản trị carbon trong các nhà máy.

## Sản xuất tinh gọn

Bất ngờ lớn nhất mà các thành viên đoàn cảm nhận là sự tinh gọn trong việc thiết kế nhà máy, từ khu vực văn phòng đến xưởng sản xuất. Thành lập từ năm 2006, hành trình phát triển của Công ty TNHH đồ gỗ Nghĩa Sơn cũng giống như các nhà máy gia công đồ nội thất theo đơn hàng khác. Mãi đến năm 2018, công ty đã ý thức được vai trò của tự động hóa và từng bước đầu tư chuyển đổi mô hình sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất bằng máy móc, thiết bị hiện đại.



Nhờ có sự tham gia của công nghệ, Nghĩa Sơn từng bước tiến đến mô hình sản xuất bán tự động, giảm được 50% nhân lực nhưng hiệu suất lại nâng cao, đảm bảo độ chính xác, chất lượng của sản phẩm. Theo ông Huỳnh Lê Đại Thắng – Giám đốc Công ty Nghĩa Sơn, thị trường chính của công ty là các quốc gia thuộc châu Âu, đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm và các quy chuẩn sản xuất bền vững. Do đó, Nghĩa Sơn buộc phải đáp ứng đủ yêu cầu của khách hàng, gồm các chứng nhận như BSCI, ISO, FSC... Quá trình thực hành các quy chuẩn này cũng đồng thời giúp cho nhà máy thiết lập được hoạt động bài bản hơn.



Không dừng lại ở đó, Liên minh Châu Âu (EU) vẫn đang thực thi nhiều đòi hỏi mới đối với các DN xuất khẩu vào thị trường chung này. Do vậy, hoạt động của Nghĩa Sơn cũng từng bước chuẩn bị để có thể đáp ứng được những quy định về chống phá rừng của EU (EUDR) và mới nhất là Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM). Theo thông tin từ sơ đồ kế hoạch mà ông Thắng chia sẻ, đoàn DN đã nhìn được kế hoạch chuyển đổi xanh của Nghĩa Sơn, bắt đầu từ việc chuyển đổi nguyên liệu thân thiện môi trường, đầu tư hệ thống điện mặt trời để có được năng lượng tái tạo, sau đó là tiết kiệm năng lượng, giảm phát thải và sau nữa là giảm và tái chế rác thải... Mục tiêu mà Nghĩa Sơn đang theo đuổi là đạt Net Zero vào năm 2030.



## Kinh nghiệm xuất khẩu xuyên biên giới

Không dừng lại ở việc thụ động đợi đơn hàng. Năm năm trở lại đây, Nghĩa Sơn đã từng bước trực tiếp xuất khẩu online với thương hiệu của riêng mình. Giao lưu với đoàn DN, ông Thắng chia sẻ tường tận kinh nghiệm, từ việc ứng dụng máy móc thiết bị, tổ chức chuyển hóa, tự động hóa đến kinh nghiệm làm việc với các đối tác bán hàng xuyên biên giới như Wayfair, Amazon, Alibaba...

Theo báo cáo mới nhất từ Amazon Global Selling, thương mại điện tử ngành nội ngoại thất tại Mỹ hiện đang tăng trưởng hơn 30% mỗi năm, và dự kiến sẽ đạt 165 tỷ USD vào năm 2024. Ông Thắng cho rằng, đây là cơ hội lớn mà DN trong ngành có thể khai thác. Muốn vậy, việc cần làm lúc này là đầu tư vào chuyển đổi số và làm quen với mô hình thương mại điện tử. Hiện, công ty đã thành lập văn phòng và triển khai 5 kho hàng tại Mỹ, đảm bảo giao hàng cho thị trường này trong 48 giờ.

Đại diện Ban chấp hành HAWA, ông Trần Lam Sơn đánh giá điểm đặc biệt trong hoạt động kinh doanh của Nghĩa Sơn là việc sử dụng và phát triển nguồn nguyên liệu rừng trồng, góp phần đưa thương hiệu gỗ acacia Việt Nam ra thế giới. Mô hình này không chỉ tạo được việc làm cho hàng ngàn người trong chuỗi cung ứng nội thất, từ cửa xẻ gỗ đến các đơn vị sản xuất, thi công... mà còn giúp DN có được thế chủ động trong kinh doanh toàn cầu.

Đồng quan điểm, ông Tô Ngọc Ngời, thành viên Ban chấp hành HAWA cũng cho rằng, nhờ có những DN xuất khẩu nội thất làm từ gỗ nội địa acasia như Nghĩa Sơn mà thị trường quốc tế từng bước chấp nhận nguyên liệu mới này, mở đường cho DN trong nước có thêm lợi thế cạnh tranh. Kinh nghiệm vượt khó, mạnh dạn chuyển đổi số, chuyển đổi xanh của Nghĩa Sơn thực sự đã truyền được cảm hứng và động lực cho các DN trong chuyến tham quan thực tế lần này. 📌



MẤT 5 NĂM CHO HÀNH TRÌNH SỐ HÓA, NHIỀU LẦN PHẢI “ĐẬP ĐI XÂY LẠI” NHƯNG QUẢ NGỌT CHO SỰ KIÊN TRÌ CỦA MỘC PHÁT LÀ SỰ TINH GỌN TRONG BỘ MÁY, HIỆU QUẢ TRONG QUẢN TRỊ VÀ TĂNG TRƯỞNG TRONG KINH DOANH.



# Ứng dụng hệ thống, giải phóng lãnh đạo

➤ NAM YÊN

Sáng 14/11, chuyến đi thực địa đến nhà máy Mộc Phát, một hoạt động thuộc khuôn khổ dự án “Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững cho ngành gỗ Việt Nam” do HAWA thực hiện với sự hỗ trợ kỹ thuật từ Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) đã thu hút được sự tham dự của hơn 30 đại diện doanh nghiệp (DN) trong ngành.



Với mục tiêu hỗ trợ DN ngành gỗ chuyển đổi số trong sản xuất, nhận thức và bước đầu thực hành giảm thải carbon cũng như nâng cao năng lực về quản trị carbon trong nhà máy, hoạt động này mang đến DN cơ hội trải nghiệm thực tế cách thức tổ chức sản xuất của một nhà máy chế biến gỗ đã và đang số hóa mạnh mẽ.

## “Kiềng 5 chân”

Trải qua cung đường rất gồ ghề mới đến được Mộc Phát, ấn tượng đầu tiên đi vào tầm mắt mọi người là sự sắp xếp nhà máy rất hợp lý. Trên diện tích hơn 30.000m<sup>2</sup>, nhà máy sản xuất với 20 dây chuyền tự động hiện đại và 3 kho hàng được sắp xếp bài bản, theo quy trình từng phân khu như sản xuất, kho lạnh bảo quản, khu vực đóng gói và giao nhận... Các sản phẩm của Mộc Phát được phủ bề mặt bằng nhiều lớp vật liệu khác nhau, như giấy melamine, acrylic, laminate, veneer... với đa dạng độ dày, đáp ứng mọi ý tưởng thiết kế và nhu cầu sử dụng của khách hàng. Ông Nguyễn Ngọc Phú Hiển - Giám đốc kinh doanh Công ty Mộc Phát cho biết, nhà sản xuất ván công nghiệp này hiện sở hữu hơn 300 mẫu màu sắc khác nhau, có khả năng cung ứng 5 triệu sản phẩm/năm.

Sản lượng lớn nhưng mỗi sản phẩm của Mộc Phát đều có “sơ yếu lý lịch” chi tiết. Chỉ cần quét mã QR, bất kỳ khách hàng, người dùng nào cũng có thể nắm được thông tin nguồn gốc nguyên liệu, chứng nhận xuất xưởng, tiêu chuẩn chất lượng, phiếu xuất kho, CO - CQ hóa đơn chứng từ... “Chúng tôi gọi các thông tin này là kiềng 5 chân, khẳng định tính minh bạch của sản phẩm nhưng cũng là nền tảng để quản lý sản xuất, quản lý chất lượng sản phẩm”, đại diện Mộc Phát chia sẻ.

Ngoài tiêu chuẩn ISO 9001: 2015, hệ thống ERP (lập kế hoạch nguồn lực, quản trị tổng thể DN) với tất cả các phân hệ đã được hoàn thiện và ứng thành công tại Mộc Phát. Mỗi phân hệ đều mang lại lợi ích thiết thực như phân hệ quản lý kinh doanh cho phép tính



toán giá thành thực tế chính xác theo từng lô hàng; phân hệ quản lý kho - logistics giúp truy xuất lịch sử của lô hàng theo yêu cầu...

## Những thay đổi tích cực

“Nhờ truy xuất được thông tin, nắm được dữ liệu theo thời gian thực, việc quản lý kinh doanh trở nên nhẹ nhàng, đội ngũ điều hành ra quyết định dễ dàng hơn”, ông Phạm Đức Chính - Tổng giám đốc Công ty Mộc Phát chia sẻ.

Thành lập từ năm 2004, hành trình số hóa nhà máy của Mộc Phát bắt đầu từ 5 năm trước. Quá trình này không ít thất bại. Theo ông Chính, nhờ quyết tâm cải tiến và sự kiên trì của các thành viên mà Mộc Phát mới có thể đưa hệ thống ứng dụng vào sản xuất. Dù đã có nền tảng công nghệ khá vững chắc nhưng công ty vẫn phải thuê chuyên gia công nghệ bên ngoài. Sự kết hợp giữa đội ngũ nội bộ, nắm rõ chuyên môn sản xuất và đội ngũ chuyên gia công nghệ bên ngoài giúp hệ thống có tính hiện thực hơn, tránh được các sai sót và tiết kiệm được chi phí. “Chỉ riêng việc ngồi lại, tìm hiểu, “mổ xẻ” quy trình sản xuất kinh doanh của công ty cũng đã mất hơn 1 năm. Chuyển đổi số mất nhiều thời gian, đòi hỏi sự kiên định của chủ DN”, ông Chính nói.

Sự kiên định đó thể hiện ở việc thiết lập mô hình khung. Việc điều chỉnh khung hệ thống sẽ được thực hiện từ trên xuống. Mọi nhân viên vận hành đều không được tự ý sửa, dù mô hình ấy đang sai mà phải báo cáo lãnh đạo. Điều này thể hiện tính tuân thủ nghiêm ngặt của dự án, mọi thành phần của DN đều phải chấp nhận thay đổi tư duy để tương thích với hệ thống. Bên cạnh quyết tâm, đại diện Mộc Phát cho biết DN cần có dự phòng tài chính phát sinh trong dự án vì chỉ khi bước vào thực tế mới thấy được toàn bộ vấn đề, khó tránh tình huống phải “đập đi, xây lại”.

“

NHỜ TRUY XUẤT ĐƯỢC THÔNG TIN, NẮM ĐƯỢC DỮ LIỆU THEO THỜI GIAN THỰC, VIỆC QUẢN LÝ KINH DOANH TRỞ NÊN NHẸ NHÀNG, ĐỘI NGŨ ĐIỀU HÀNH RA QUYẾT ĐỊNH DỄ DÀNG HƠN

”

Bước qua khá nhiều “nỗi đau” nhưng thành quả của việc số hóa thành công mà Mộc Phát nhận được cũng hết sức ngọt ngào. Ngoài việc giảm thiểu được gánh nặng nhân công, nâng cao hiệu suất, công ty còn quản lý được mọi hoạt động, từ việc tính toán chi phí, phân bổ chi phí, nguyên liệu... Quan trọng hơn là giải phóng lãnh đạo khỏi những tất bật thường nhật. Đặc biệt, hệ thống ERP của Mộc Phát không đóng khung mà có khả năng mở rộng, sao chép mô hình từ phân xưởng này sang phân xưởng khác, nhà máy này sang nhà máy khác. Nghĩa là, khoảng đầu tư công nghệ của Mộc Phát không chỉ dành cho hiện tại mà còn cho cả khả năng phát triển trong tương lai của thương hiệu này. 📌



# Mở kết nối, đón tiềm năng

➤ THANH LAM

VỚI VIỆC MANG KẾT NỐI ĐẾN CÁC LÀNG NGHỀ, CÂU LẠC BỘ HAWA MIỀN BẮC HƯỚNG ĐẾN MỤC TIÊU XÂY DỰNG NỀN TẢNG CHO CHUỖI CUNG ỨNG NỘI THẤT NỘI ĐỊA, TẠO MÔI TRƯỜNG ĐỂ CÁC XƯỞNG MỘC CÓ THỂ CÙNG NHAU MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU.

**Đ**ại diện của gần 200 xưởng mộc đã có mặt trong chương trình Mộc Kết thứ hai, diễn ra ngày 25/11 tại

Thạch Thất, Hà

Nội. Đây là sự kiện do Ban Xúc tiến thương mại - Câu lạc bộ HAWA Miền Bắc phối hợp với Ban Sản xuất - Hội Nội thất Việt Nam (VNIA) tổ chức. Sự hiện diện của những người gắn bó với gỗ, đến từ các làng nghề mộc khu vực Thạch Thất như Hữu Bằng, Sài Sơn, Chàng Sơn, Canh Nậu, Dị Nậu, Cần Kiệm... đã mang đến không khí sôi nổi cho chương trình kết nối này.

“

KHÔNG CHỈ DỪNG LẠI Ở VIỆC BẢO TỒN MÀ CÒN PHẢI NÂNG CAO GIÁ TRỊ THƯƠNG MẠI VÀ VĂN HÓA CỦA SẢN PHẨM GỖ VIỆT, GIÚP CÁC LÀNG NGHỀ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU VÀ TĂNG TÍNH CẠNH TRANH

”

## Con đường cùng phát triển

Ông Phạm Đức Thiêng, Trưởng ban Ban thư ký Câu lạc bộ HAWA Miền Bắc cho biết, thị trường 100 triệu dân trong nước rất tiềm năng, nhưng đang bị các thương nhân nước ngoài “nhòm ngó”. Nếu các làng nghề không chú ý đến việc xây dựng chuỗi cung ứng bền vững, không tích cực chuyển đổi thì họ có nguy cơ thua ngay trên sân nhà. “Mộc Kết không chỉ đơn

thuần là chuỗi các sự kiện giao lưu kết nối giữa các xưởng mộc, mà còn là biểu tượng cho tinh thần phát huy giá trị truyền thống trên sự chuyển dịch của thời đại”, ông Thiêng nói.

Sau thành công của Mộc Kết lần thứ nhất, thấy rõ tinh thần đoàn kết, sự sáng tạo có thể mang đến những giá trị chung cho cộng đồng, ở lần gặp gỡ này, ban tổ chức đã mời được các diễn giả uy tín như ông Nguyễn Văn Giáp, Giám đốc Công ty TNHH IGA Việt Nam; kiến trúc sư Lê Anh Tuấn, nhà sáng lập cộng đồng thiết kế VietCG; và thạc sĩ Trần Lê Hồng Vân, chuyên gia về chuỗi cung ứng.





Những chia sẻ từ phía các chuyên gia đã mang đến thêm góc nhìn mới cũng như các giải pháp thiết thực cho những người gắn bó với gỗ.

## Hoạch định chiến lược mới

Sở hữu hơn 25 năm kinh nghiệm về chuỗi cung ứng tại các tập đoàn lớn, chuyên gia Trần Lê Hồng Vân cho rằng, trong bức tranh chung, các làng nghề gỗ hiện đang yếu thế với nhiều áp lực xuất phát từ quy mô sản xuất nhỏ, không tập trung, nguồn nguyên liệu không ổn định, thiếu kỹ năng quản lý chuyên nghiệp, thiếu các tiêu chuẩn chất lượng... Trong đó, áp lực lớn nhất là phải cạnh tranh giá cả với Trung Quốc. “Việc tạo ra một hệ thống cung ứng ổn định và hiệu quả, đảm bảo nguồn nguyên liệu chất lượng và giá cả cạnh tranh cho các làng nghề lẫn doanh nghiệp (DN) là điều cần thiết nhất lúc này”, bà Vân tư vấn.



Theo bà Vân, chi phí quản trị chuỗi cung ứng chiếm 40-60% giá vốn. Do vậy, bà tập trung hướng dẫn các xưởng mộc cách xây dựng chiến lược chuỗi cung ứng bài bản, một hoạt động rất quan trọng nhưng lâu nay các xưởng mộc chưa chú ý đến.

Bên cạnh việc xây dựng chuỗi cung ứng bền vững cho các làng nghề mộc, kiến trúc sư Lê Anh Tuấn cho rằng, cần thiết phải giới thiệu phương thức sản xuất kinh doanh mới dành cho các xưởng nội thất nhỏ và vừa. Theo ông Tuấn, chỉ khi có được sản phẩm chủ lực, làng nghề mới có thể cạnh tranh tốt. Hiện sản phẩm của các làng nghề mộc đang rất đại trà, thiếu đặc trưng và đàn trải, khách hàng nào cũng phục vụ. Nếu mạnh dạn tiến hành chuyển đổi số, tận dụng công nghệ và trí tuệ nhân tạo (AI) trong công tác thiết kế sản phẩm, gia tăng kết nối với khách hàng, các làng nghề sẽ kiến tạo được giá trị riêng.

Xu hướng kinh doanh nội thất trên kênh thương mại điện tử đang phát triển và là cơ hội cho những đơn vị có khả năng cung ứng các sản phẩm nội thất thông minh cũng như có khả năng đáp ứng yêu cầu

cá nhân hóa của khách hàng. Chia sẻ lại chính bài học kinh nghiệm của IGA trong giai đoạn khó khăn, tận dụng kênh bán hàng mới để bứt phá, theo ông Nguyễn Văn Giáp, DN đã cho các làng nghề thấy được vai trò và tác dụng của quy trình ứng dụng công nghệ quản lý hoàn chỉnh, từ thiết kế đến sản xuất và kinh doanh. “Đây là điều mà các DN cũng như làng nghề đều cần để có thể tiết kiệm thời gian, nâng cao tính chuyên nghiệp cả trên nền tảng online lẫn offline”, ông Giáp chia sẻ.



Trong không khí cởi mở, cuộc gặp giữa DN nội thất và đại diện các làng nghề đã trở thành diễn đàn giao lưu, kết nối để hình thành nên mạng lưới hoàn chỉnh để tự cường trên chuỗi cung ứng, chinh phục thị trường nội địa, bao gồm: nhà thiết kế, nhà cung ứng, nhà sản xuất lẫn đơn vị kinh doanh. Ông Thân Quốc Tuấn, Trưởng Ban Xúc tiến CLB HAWA miền Bắc cho biết, ngoài việc khơi dậy niềm tự hào nghề nghiệp, thúc đẩy tinh thần làm nghề chân chính và truyền cảm hứng để các thợ mộc, chủ xưởng tiếp tục gắn bó, đóng góp vào sự phát triển của làng nghề, sự kiện còn mở ra cơ hội để các thế hệ trẻ tiếp cận với ngành gỗ theo một góc nhìn mới, không chỉ là giữ gìn giá trị truyền thống, mà còn là tận dụng những tiến bộ công nghệ để tạo dựng giá trị riêng. Nghĩa là, không chỉ dừng lại ở việc bảo tồn mà còn phải nâng cao giá trị thương mại và văn hóa của sản phẩm gỗ Việt, giúp các làng nghề xây dựng thương hiệu và tăng tính cạnh tranh.. 📌

# Thêm thời gian, vững quyết tâm

➔ TƯỜNG LAM

QUYẾT ĐỊNH LÙI THỜI HẠN ÁP DỤNG QUY ĐỊNH VỀ VIỆC QUẢN LÝ NHẬP KHẨU VÀ XUẤT KHẨU CÁC SẢN PHẨM KHÔNG GÂY PHÁ RỪNG, SUY THOÁI RỪNG CỦA EU (EUDR) ĐẾN NGÀY 31/12/2025 CHO PHÉP DOANH NGHIỆP (DN) CÁC NGÀNH HÀNG LIÊN QUAN CÓ THÊM MỘT NĂM CHUẨN BỊ ĐỂ CÓ THỂ THÍCH ỨNG VỚI NHỮNG YÊU CẦU TIÊU DÙNG BỀN VỮNG Ở THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG NÀY.

**G** giữa tháng 10/2024, thông tin hoãn thực hiện EUDR thêm 12 tháng mà Ủy ban Châu Âu (EC) công bố khiến các DN xuất khẩu nông sản nhẹ nhõm phần nào. Áp lực truy xuất nguồn gốc vùng trồng mà Liên minh Châu Âu (EU) đưa ra thực sự không hề nhỏ. Quyết định này đưa ra dựa trên những trao đổi của các quốc gia để giúp DN các ngành nông nghiệp liên quan như gỗ, cao su, cà phê sẽ có thêm 6 tháng để chuẩn bị.

## Sẵn sàng thích ứng

Dù có lùi thời gian thực thi nhưng thời hạn mất rừng vẫn giữ nguyên ở mốc 31/12/2020. "Ở vị thế quốc gia, dù tiến độ đã được lùi nhưng Việt Nam vẫn duy trì tinh thần sẵn sàng và nỗ lực xây dựng chuỗi cung ứng sản phẩm nông nghiệp bền vững và hiệu quả", ông Tô Việt Châu - Phó vụ trưởng Vụ Hợp tác Quốc tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN-PTNT) khẳng định như vậy. Trong phiên họp kỹ thuật lần thứ 3 về EUDR: "Giới thiệu các công cụ truy xuất nguồn gốc và giải đáp các vướng mắc kỹ thuật" do Bộ NN-PTNT phối hợp Phái đoàn EU tại Việt Nam tổ chức chiều 15/11, tại Hà Nội, các chuyên gia trong ngành đều thống nhất tinh thần sẵn sàng này.

Theo ông Châu, Việt Nam chú trọng chuẩn bị các thông tin giải trình để có thể được vào danh sách các quốc gia không có rủi ro. Hiện, Nghị viện Châu Âu



(EP) đã chấp thuận thêm danh mục quốc gia không có rủi ro, bên cạnh 3 loại đã có là "thấp", "chuẩn" và "cao" rủi ro. Các quốc gia được xếp vào loại "không có rủi ro" được định nghĩa là các quốc gia có diện tích rừng ổn định hoặc đang phát triển, sẽ phải tuân thủ các yêu cầu ít nghiêm ngặt hơn do nguy cơ phá rừng gần như không tồn tại. EC sẽ hoàn thành hệ thống phân loại quốc gia trước ngày 30/6/2025. Việt Nam sẽ bám sát khung chiến lược đã hoạch định để thích ứng với các đòi hỏi từ EU.





## Khai thác cơ hội

EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ 5 của sản phẩm gỗ Việt Nam, nếu tính riêng mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ thì EU là thị trường đứng thứ 2 sau thị trường Mỹ. Trong 9 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới EU đạt 574,6 triệu USD, tăng 25,8% so với cùng kỳ năm. Đây là tín hiệu đáng mừng cho ngành gỗ. Bởi EU là một trong những thị trường nhập khẩu đồ gỗ lớn nhất trên toàn cầu, tăng trưởng ở thị trường này cho thấy các sản phẩm gỗ của Việt Nam đang đáp ứng được mong đợi của người dùng quốc tế.

Tuy nhiên, các vấn đề liên quan đến bảo hộ sản phẩm hàng hóa, đặc biệt là việc kiểm soát nguồn gốc gỗ đảm bảo hợp pháp, không làm ảnh hưởng đến suy thoái, mất rừng, sản xuất xanh, giảm phát thải khí nhà kính... ở thị trường này được chú trọng.

Ông Pascal Ripplinger, Tổ chức Hợp tác quốc tế Đức (GIZ) cho biết, truy xuất nguồn gốc sẽ là điều kiện bắt buộc trên các chuỗi cung ứng nông sản đến châu Âu. Những yêu cầu truy xuất nguồn gốc từ EUDR sẽ tác động lớn đến nông dân, buộc họ phải số hóa, cải thiện quản lý dữ liệu để có thể kiểm soát chuỗi cung ứng. "Dù có áp lực phải đầu tư và thích ứng nhưng việc vận hành được hệ thống thông tin ấy cũng sẽ giúp DN quản lý tốt hoạt động kinh doanh của mình. Dữ liệu dùng để giải trình có thể chinh phục người dùng, giúp DN có được "câu chuyện" về sản phẩm trong tiếp thị, tương tác với khách hàng", ông Pascal Ripplinger tư vấn.

Hiện thị trường đã có nhiều giải pháp nhưng phía DN Việt Nam, với đặc thù phần lớn có quy mô vừa và nhỏ đang thiếu kiến thức, hạn chế về giải pháp số hóa và hạn chế tính sẵn có vì thiếu phần cứng, thiết bị, cơ

sở hạ tầng mạng, tốn kém chi phí đầu tư... cũng giới hạn cho việc thực thi EUDR.

Đại diện Tổ chức Nông Lương Liên Hợp Quốc (FAO), ông Remi d'Annunzio cho biết, hiện công tác thách thức nhất trong vấn đề giải trình nguồn gốc nông sản tại Việt Nam là vấn đề tọa độ địa lý của thửa đất trồng. Ngoài vấn đề diện tích nhỏ lẻ, đất trồng tại Việt Nam còn có nhiều tầng lớp thông tin biến động, chông chéo khiến công tác giám định thông tin không hề dễ dàng. Các chuyên gia trong ngành phải chọn lọc thậm chí là xuống tận hiện trường để khảo sát thông tin thực tế. Ông Remi d'Annunzio nhấn mạnh: "Dù vậy, trách nhiệm giải trình buộc phải được thực thi nếu DN muốn tiếp tục tham gia thị trường toàn cầu".

Đồng quan điểm, bà Morgane Dejean, Cán bộ Chính sách, Tổng vụ Môi trường của EU cũng cho rằng, DN Việt Nam cần khoản nhiều về tính pháp lý của đất trồng nhưng thực tế tọa độ địa lý mới đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin truy xuất cho DN nhập khẩu. Mỗi quốc gia có một khung pháp lý khác nhau, không đồng nhất... nên việc xác định sở hữu của chủ đất sản xuất không phải là yêu cầu về mặt pháp lý của EUDR. Do vậy, tọa độ địa lý sẽ là nguồn thông tin thống nhất để chứng minh. "Thông tin này sẽ được đối chiếu và kiểm tra chéo với ảnh vệ tinh. EU có công cụ hỗ trợ để các bên liên quan có thể kiểm tra được tính hợp pháp của tọa độ", bà Morgane Dejean nhận xét.

Theo đại diện EC, dù khó khăn trong giai đoạn đầu nhưng khi đã triển khai thành công, cơ sở dữ liệu này sẽ có vai trò rất lớn, không chỉ giúp quốc gia nhập khẩu nắm được tính hợp pháp của sản phẩm mà còn hỗ trợ các quốc gia xuất khẩu thống nhất được thông tin, làm nền tảng cho công tác quản lý, quy hoạch và định hướng chiến lược phát triển nông nghiệp nước nhà. 📌

“

DỮ LIỆU DÙNG ĐỂ GIẢI TRÌNH  
CÓ THỂ CHINH PHỤC NGƯỜI DÙNG,  
GIÚP DN CÓ ĐƯỢC "CÂU CHUYỆN"  
VỀ SẢN PHẨM TRONG TIẾP THỊ,  
TƯƠNG TÁC VỚI KHÁCH HÀNG

”

# Chuỗi cung ứng xanh “made in Vietnam”

➤ TRƯỜNG GIANG

GIỮ VÀ PHÁT TRIỂN TÀI NGUYÊN LÂU HƠN, BIẾN RÁC THẢI THÀNH TÀI NGUYÊN, THAY ĐỔI ĐỂ KHÔNG CHỈ KHÔI PHỤC CÁC GIÁ TRỊ TỰ NHIÊN MÀ CÒN CÓ KẾ HOẠCH KHAI THÁC HIỆU QUẢ... LÀ NHỮNG GIÁ TRỊ MÀ KINH TẾ TOÀN CẦU ĐANG HƯỚNG TỚI. VIỆT NAM ĐANG NẪM Ở ĐÂU TRONG XU HƯỚNG NÀY?

## Công xưởng mới của thế giới

Phát biểu tại Diễn đàn và Triển lãm Kinh tế xanh 2024 (GEFE 2024), diễn ra sáng ngày 21/10 tại TP. Hồ Chí Minh, bà Phan Thị Thắng - Thứ trưởng Bộ Công Thương khẳng định, an toàn tiêu dùng, phát triển bền vững, theo đuổi mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn là những xu hướng đang giữ vai trò chủ đạo. Trong vai trò là nhà cung ứng hàng hóa cho thị trường thế giới, bà Thắng đề nghị doanh nghiệp (DN) các ngành cần phải bám sát xu hướng này, chú ý đến các tiêu chuẩn xanh mới của toàn cầu để kịp thời đáp ứng.

Thông điệp của Thứ trưởng được đưa ra trong bối cảnh Việt Nam ngày càng có vai trò lớn trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Hiện Việt Nam đang chuyển mình trở thành công xưởng mới của thế giới với khả năng cung ứng hàng hóa đa dạng về chủng loại, cạnh tranh về giá cả và chất lượng ngày càng cải thiện, được các nhà thu mua, phân phối đánh giá cao. Tính riêng 10 tháng đầu năm 2024; tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa quốc gia sơ bộ đạt 647,87 tỷ USD, tăng 15,8% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó xuất khẩu tăng 14,9%; nhập khẩu tăng 16,8%. Cán cân thương mại hàng hóa xuất siêu 23,31 tỷ USD.

Năm 2024, dù phát triển kinh tế xã hội vẫn đối mặt với những thách thức tăng trưởng nhưng Việt Nam vẫn đang hướng đến mục tiêu Net Zero vào năm 2050. Theo bà Thắng, nhiệm vụ này không hề đơn giản nhưng thành quả mà nó mang lại sẽ rất to lớn.

Đồng quan điểm, ông Margaritis Schinas - Phó chủ tịch Ủy ban Châu Âu cho rằng, chuyển đổi xanh là áp lực có thể gây khó khăn cho DN nhưng người Việt Nam vốn có khả năng thích ứng rất tốt với những điều kiện mới, “cái khó sẽ lộ cái khôn”. Việc giải quyết các vấn đề môi trường là cơ hội để các quốc gia có thể giải quyết những thách thức về biến đổi khí hậu, tạo nền tảng để hướng đến nền kinh tế bền vững.

## Cần chuẩn bị gì?

“Ngoài định hướng chiến lược mang tầm quốc gia, đổi mới, sáng tạo, chuyển đổi xanh cần vai trò chủ động từ khối kinh tế tư nhân”, ông Margaritis Schinas nói vậy. Theo Phó chủ tịch Ủy ban Châu Âu, việc ứng dụng công nghệ mới để giải quyết các vấn đề môi trường đang tồn đọng sẽ giúp cho quãng đường chinh phục mục tiêu phát triển bền vững được thuận lợi. Không giới hạn riêng hoạt động sản xuất kinh doanh, chuỗi cung ứng của DN, kéo dài từ khai thác nguyên vật liệu, sản xuất, phân phối, kinh doanh... đều cần phải đạt phát thải bằng không. “Là quốc gia cung ứng hàng hóa cho thế giới, Việt Nam phải hướng đến mục tiêu “xanh” trên cả chuỗi cung ứng”, ông nói.

Đại diện Ủy ban Châu Âu cho biết thêm, nguồn ngân sách cho mục tiêu tăng trưởng xanh của châu Âu đã tăng lên 7 tỷ USD để có thể giải quyết triệt để các thách thức từ phía môi trường. Châu Âu cam kết hỗ trợ tối đa cho các quốc gia trên chuỗi cung ứng với những hoạt động cụ thể nhằm giữ và phát triển





tài nguyên lâu hơn, biến rác thải thành tài nguyên, không chỉ khôi phục mà còn có kế hoạch khai thác tài nguyên thiên nhiên hiệu quả.

Với tầm nhìn kiến tạo tương lai xanh, Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn cho rằng, TP. Hồ Chí Minh sẽ là địa phương hình mẫu trong việc chuyển đổi xanh của cả nước. Việt Nam rất quyết liệt và sáng tạo trong việc triển khai nhiều giải pháp, ban hành các chính sách giảm thiểu tác động môi trường... Dự kiến, Việt Nam sẽ triển khai thử nghiệm tín chỉ carbon trong năm 2025. “Xây dựng chuỗi cung ứng xanh chắc chắn sẽ giúp Việt Nam đạt tăng trưởng tốt hơn. Điều cần nhất lúc này là tư duy xanh, hành động xanh, năng lượng xanh và hạ tầng xanh. Việt Nam sẽ đẩy mạnh chuyển đổi số để có được hạ tầng quan trọng này”, Phó Thủ tướng nhấn mạnh.

Bên cạnh số hóa, ông Yuko Yasunaga, Phó tổng giám đốc Tổ chức Phát triển công nghiệp Liên Hợp Quốc (UNIDO) cho rằng, hai khái niệm định hình

tương lai toàn cầu đang là kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn. Trong vai trò dẫn dắt, hai mô hình kinh tế này sẽ giúp các quốc gia sử dụng tài nguyên hiệu quả, thích nghi, chống chịu với những đứt gãy trên toàn cầu. Ông tư vấn:

“Đổi mới sáng tạo sẽ là chìa khóa thành công trong xây dựng chuỗi cung ứng xanh.

Bóc tách từng hoạt động gây ô nhiễm môi trường, từ đó tìm kiếm giải pháp thân thiện môi trường. Đó chính là cơ hội”.

Song song với đòi hỏi, hỗ trợ tối đa cho DN chuyển đổi theo hướng xanh và bền vững, đại diện UNIDO cho rằng, cần thiết kêu gọi sự tham dự của tất cả các bên liên quan, có tiếng nói chung giữa Chính phủ, DN và người dùng, người dân. Trong trong liên

minh này, DN có vai trò quan trọng nhưng tổng hòa được các nguồn lực mới tạo nên được những thay đổi mang tính đột phá. 📌

“

“ĐỔI MỚI SÁNG TẠO SẼ LÀ CHÌA KHÓA THÀNH CÔNG TRONG XÂY DỰNG CHUỖI CUNG ỨNG XANH. BÓC TÁCH TỪNG HOẠT ĐỘNG GÂY Ô NHIỄM MÔI TRƯỜNG, TỪ ĐÓ TÌM KIẾM GIẢI PHÁP THÂN THIỆN MÔI TRƯỜNG. ĐÓ CHÍNH LÀ CƠ HỘI”

Yuko Yasunaga,  
Phó tổng giám đốc UNIDO

”



# Ngành gỗ khó về đích?

➤ HUỲNH QUÂN

10 THÁNG ĐẦU NĂM 2024, KIM NGẠCH XUẤT KHẨU GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ ĐẠT 13,1 TỶ USD, TĂNG 20,2% SO VỚI CÙNG KỲ NĂM NGOÀI. SO VỚI CÁC NGÀNH SẢN XUẤT CHỦ LỰC KHÁC, NGÀNH GỖ ĐÃ PHỤC HỒI TỐT HƠN, CẢ VỀ SỐ LƯỢNG LẦN CHẤT LƯỢNG. HAI THÁNG CUỐI NĂM, TỐC ĐỘ XUẤT KHẨU GỖ SẼ KHẢ QUAN HƠN, NHỜ ĐƠN HÀNG CUỐI NĂM PHỤC VỤ CAO ĐIỂM MUA SẮM CỦA NGƯỜI DÙNG QUỐC TẾ.

## Tủ kệ bếp đang vươn lên

Thống kê của Bộ Công Thương, xét về cơ cấu các mặt hàng, dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ là ghế khung gỗ đạt 2,5 tỷ USD, tăng 23,8% so với cùng kỳ năm 2023. Tiếp theo là dầm gỗ; đồ nội thất phòng khách và phòng ăn; đồ nội thất phòng ngủ; gỗ, ván và ván sàn... Trong đó, đáng chú ý là sự tăng trưởng của xuất khẩu đồ nội thất nhà bếp. Tính chung 10 tháng năm 2024, kim ngạch xuất khẩu đồ nội thất nhà bếp đạt 1,16 tỷ USD, tăng 25% so với cùng kỳ. Với tốc độ tăng trưởng như hiện tại, dự báo kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sẽ tiếp tục tăng từ 25% đến 27%.

Xuất khẩu đồ nội thất phòng khách và phòng ăn trong 10 tháng đầu năm cũng đạt 2,2 tỷ USD, tăng 21,9% so với cùng kỳ. Dự báo, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng từ 20 - 23% trong năm 2024.

Xét về mặt thị trường, Việt Nam đang xuất khẩu 6,5 tỷ USD đồ nội thất tới Mỹ. Tiếp đến là Trung Quốc và EU. Với tỉ trọng chiếm đến 55,6%, tăng 25,4% so

với cùng kỳ 2023, Mỹ vẫn đang là thị trường xuất khẩu quan trọng của ngành gỗ Việt Nam.

Tương ứng với tốc độ phục hồi trong sản xuất, nhập khẩu gỗ nguyên liệu vào Việt Nam trong 10 tháng đầu năm cũng đã đạt 4,56 triệu m<sup>3</sup>, trị giá 1,49 tỷ USD, tăng 25,1% về lượng và tăng 19,3% về trị giá so với cùng kỳ năm trước. Ông Nguyễn Liêm - Chủ tịch BIFA đánh giá, những biến động phức tạp, khó lường của thế giới, đặc biệt là những xung đột địa chính trị vẫn đang tác động đến tâm lý tiêu dùng. Hiện, giá cước vận tải biển vẫn trên đà cao dẫn đến giá gỗ nguyên liệu nhập khẩu tăng, khiến giá thành sản phẩm đầu ra tăng. Theo ông Liêm, các doanh nghiệp (DN) trong ngành đã rất nỗ lực trong thời gian qua, đặc biệt là trong việc cải tiến sản xuất, đầu tư thiết kế và tìm kiếm thị trường mới.

Tuy nhiên, với doanh số xuất khẩu hiện tại, mục tiêu xuất khẩu 17,5 tỷ USD mà ngành lâm nghiệp Việt Nam đề ra từ đầu năm sẽ khó hoàn thành. Các chuyên gia dự báo, có khả năng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong năm 2024 sẽ đạt từ 16 tỷ USD đến 16,5 tỷ USD, hoàn thành 90% đến 95% kế hoạch.



## Chuẩn bị gì cho tương lai?

Tuy chưa thể về đích như ý nhưng so với con số 13,18 tỷ USD xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong năm 2023, DN Việt Nam đã có thể tự hào với nỗ lực của mình. “Theo đà tăng trưởng và tình hình đơn hàng hiện tại, ngành sẽ phục hồi hoàn toàn vào tháng 6/2025”, ông Liao Chuawu - Giám đốc Điều hành Hukon Việt Nam nhận định.

Là một trong những FDI có tốc độ phát triển nhanh tại Việt Nam, Hukon cũng phần nào sụt giảm trong thời gian khó khăn chung của ngành. Nhờ khả năng thích ứng cao, DN này đang lấy lại đà tăng trưởng với đơn hàng đến hết quý III/2023. Ông Liao Chuawu cho biết, mức độ cạnh tranh trong ngành đang rất cao, không chỉ với nước ngoài mà với cả DN trong nước. Hiện, các DN nội thất Việt Nam ngày càng phát triển kỹ năng sản xuất, ứng dụng công nghệ hiện đại, đầu tư thiết kế mới... Do vậy, gia tăng nội lực là một trong những chiến lược quan trọng của công ty. Song song với đào tạo nhân lực, thời gian qua, Hukon đã đầu tư thêm máy móc hiện đại từ Đức, Ý, Trung Quốc... để có thể thiết lập các chuyên sản xuất tự động, nâng cao năng lực sản xuất. Hiện dây chuyền phun sơn

tự động cho tủ kệ bếp của Hukon có thể được xem là ứng dụng công nghệ hiện đại nhất Việt Nam.

Bên cạnh nội lực, phát triển thị trường và tìm kiếm cơ hội ở mô hình kinh doanh mới cũng là cách mà DN nội thất đang lựa chọn để có thể tạo được những bứt phá trong thời gian tới. Ông Huỳnh Lê Đại Thắng, nhà sáng lập nội thất Nghĩa Sơn cho biết, dù sở hữu 3 nhà máy với đơn hàng gia công đang kín lịch hoạt động nhưng thời gian qua, Nghĩa Sơn quyết định mở rộng mô hình, thử nghiệm với kinh doanh online và gặt hái được

không ít thành công ngoài mong đợi. “Tuy hiện tại, sản xuất vẫn đang giữ tỉ trọng cao trong hoạt động của công ty nhưng trong tương lai, thương mại mới là con đường rộng mở”, ông Thắng nói.

Trải nghiệm lớn từ sự kiện thiếu đơn hàng dẫn đến sụt giảm nhanh trong năm 2023 đã khiến nhiều chủ DN ngành nội thất nhìn lại hoạt động của mình, từng bước hướng đến mục tiêu phát triển bền vững hơn. Trước những tín hiệu tích cực, ghi nhận được từ các DN, theo ông Thắng, dù chưa đạt mức tăng trưởng như kỳ vọng trong năm nay nhưng thời gian tới, công nghiệp nội thất Việt Nam sẽ có những bước tiến mới. 📌

“

DÙ CHƯA ĐẠT MỨC TĂNG TRƯỞNG NHƯ KỶ VỌNG TRONG NĂM NAY NHƯNG THỜI GIAN TỚI, CÔNG NGHIỆP NỘI THẤT VIỆT NAM SẼ CÓ NHỮNG BƯỚC TIẾN MỚI

”





## CÓ MỘT VIBE “XANH”

➤ ÁNH HỒNG

ỨNG DỤNG HỆ THỐNG QUẢN LÝ NĂNG LƯỢNG HIỆN ĐẠI, TRIỂN KHAI GIẢI PHÁP THI CÔNG THÔNG MINH, CẮT GIẢM NGUYÊN LIỆU, TĂNG CƯỜNG VẬT LIỆU XANH TỪ GIẤY CARTON TÁI CHẾ, KHUNG NHỰA TÁI CHẾ, CHỦ ĐỘNG PHÂN LOẠI RÁC... LÀ NHỮNG ĐIỂM CỘNG GIÚP VIBE TRỞ THÀNH HỘI CHỢ TRIỂN LÃM ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM ĐẠT CHỨNG NHẬN VÀ ĐÁNH GIÁ CẤP ĐỘ CHANGE AGENT, GHI NHẬN NỖ LỰC THỰC HÀNH CHUYỂN DỊCH NET ZERO.

**D** iễn ra từ ngày ngày 2 - 5/10 tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), Triển lãm Nội thất & Xây dựng Việt Nam 2024 (VIBE 2024) là hoạt động do Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ TP.HCM (HAWA) cùng Hiệp hội Xây dựng và Vật liệu xây dựng TP.HCM (SACA) phối hợp tổ chức. Trong không gian 1.000m<sup>2</sup>, sự kiện quy tụ 150 doanh nghiệp (DN) tham gia triển lãm 500 gian hàng.

### Dấu ấn của sự khác biệt

Ngay trong lần triển lãm đầu tiên, VIBE đã tạo được dấu ấn với tổng số khách tham quan lên đến gần 10.000 người. Trong đó, có hơn một nửa khách tham quan thuộc giới chuyên môn, bao gồm các kiến trúc sư, nhà thiết kế, quản lý dự án, nhà thầu xây dựng và gần 1.500 đại diện đến từ các công ty, tập đoàn, đại lý, cửa hàng bán lẻ trong và ngoài nước.

Thu hút được các nhà triển lãm với những thương hiệu hàng đầu trong ngành nội thất lẫn xây dựng như Secoin, Takara Standard, Nippon Paint, Phúc Mỹ Gia, Liên Á... là thành công đáng kể của VIBE 2024. Những thương hiệu chất lượng này đã tạo sức hút để khách tham quan đến với hội chợ. Tuy nhiên, yếu tố để giữ chân và tạo ấn tượng khó phai với khách tham quan



lại chính là công tác tổ chức. Ngay từ khâu thiết kế, VIBE đã định hướng cho các nhà triển lãm phải mang đến hội chợ những không gian thể hiện được khả năng và sức sáng tạo của ngành xây dựng lẫn nội thất Việt Nam. Khách tham quan được mãn nhãn với không gian sống tạo thành từ gỗ biến tính của Trần Đức, được hòa mình trong thiết kế gian hàng hình cánh diều làm từ tre vừa thân thuộc, bình dị nhưng cũng rất hiện đại của Gallery Architect, gian hàng chung của các văn phòng, studio thiết kế đang hoạt động trên cả nước...



CÔNG TRÌNH  
**KIẾN TRÚC & TƯ DUY**  
ARCHITECTURAL  
BUILDINGS & MINDSET

# NET ZERO CARBON



Bên lề triển lãm, VIBE mang đến cho khách tham quan cơ hội trải nghiệm chuỗi hoạt động workshop, trải nghiệm sáng tạo như trình diễn đan lát bằng cỏ nân tượng, chiêm ngưỡng các tác phẩm từ nghệ thuật tấm gang hay tự tay vẽ trang trí lên chậu gốm trồng sen đá mang về nhà...

## Nỗ lực chuyển đổi

So với các triển lãm khác, sự khác biệt của VIBE 2024 thể hiện rất rõ ở sân khấu trung tâm triển lãm. Toàn bộ vách tường, những hàng ghế trong không gian hơn 550m<sup>2</sup> này được làm từ giấy tổ ong carton tái chế, xếp theo kết cấu module, có khả năng chịu lực, bền chắc... Đây vừa là nơi diễn ra các hoạt động chính như lễ khai mạc, hội thảo... vừa là nơi nghỉ chân, giao thương của khách tham quan. Sân khấu này là lời khẳng định và là thông điệp mà VIBE 2024 muốn hướng đến cộng đồng: thực hành chuyển đổi xanh.

Thông điệp này càng đầy mạnh hơn ở gian hàng Pavilion Ashui Award, đơn vị đã phối hợp với Plastic People để có được toàn bộ tường bao gian hàng làm từ 10.000kg nhựa tái chế. Sau sự kiện, phần vật liệu này sẽ thu cất để tái sử dụng trong những hoạt động sau. Ông Nguyễn Chánh Phương, Phó chủ tịch HAWA cho biết, ý tưởng về một triển lãm xanh đã được hình thành ngay từ những đối thoại đầu tiên bàn về ý tưởng giữa các thành viên trong ban tổ chức. Cam kết tại COP26 mà Chính phủ đưa ra đang hướng DN trong nước phải chuyển đổi vì một tương lai bền vững, chống biến đổi khí hậu. Hành động cụ thể từ VIBE là cách thiết thực nhất, truyền cảm hứng đến cộng đồng DN.

Ban tổ chức đã chọn Green Transition, thương hiệu thuộc ESGs & Climate Consulting, chuyên cung cấp dịch vụ tích hợp chiến lược bền vững để tính toán lượng phát thải làm đơn vị thực hiện đo phát thải của VIBE 2024 trong suốt 4 ngày diễn ra sự kiện. Nguồn phát thải được đo lường theo các chỉ số bao gồm: năng lượng, nước, chất thải, logistics, dịch vụ ăn uống và quy cách di chuyển của người tham dự.

VIBE, Green Transition và SECC đã phối hợp chặt chẽ để đảm bảo thu thập đủ dữ liệu, cung cấp các chỉ số nguồn gốc, lộ trình của dịch vụ ăn uống, dịch vụ vận tải theo từng ngày, trong khung giờ hoạt động; mức tiêu thụ điện năng, nước, lượng rác thải... để có thể tính toán chính xác nhất. Kết quả, tổng lượng khí thải phát ra của hội chợ là 22,549kg. Trong đó, phát thải từ việc di chuyển và vận tải chiếm 80%, năng lượng chiếm 7%, rác thải chiếm 13%. Dựa trên tiêu chuẩn đánh giá toàn cầu như G4 Event, ISO 20121 về đo lường lượng phát thải, VIBE 2024 đã đạt chứng nhận và đánh giá cấp độ Change Agent, nhà thúc đẩy đổi mới.

Nhìn lại hội chợ vẫn có những điểm trừ nhỏ trong thực hành giảm phát thải như việc sử dụng dư thừa màng bọc nhựa, số lượng lớn các sản phẩm in ấn truyền thông dùng một lần... BTC đang nỗ lực để VIBE 2025 có thể hoàn thiện hơn nữa. Như lời của ông Nguyễn Công Minh Bảo, Phó chủ tịch Tiểu ban Tăng trưởng Xanh (GGSC) thuộc EuroCharm, VIBE 2024 là một trong những triển lãm đầu tiên hướng đến Net Zero tại Việt Nam. Việc đo lường và theo dõi lượng khí thải carbon tại sự kiện lần này là bước đệm quan trọng, truyền cảm hứng cho những thay đổi tích cực và bền vững trong tương lai. 🌱

# Cơ hội chuyển đổi xanh hơn từ vật liệu gỗ

➤ LÊ NGUYỄN

GỖ KỸ THUẬT HOÀN TOÀN CÓ THỂ GIÚP NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ CHUYỂN ĐỔI LÊN CÁC PHÂN KHÚC CAO HƠN, ĐEM LẠI GIÁ TRỊ VÀ HIỆU QUẢ SỬ DỤNG NGUỒN LỰC GỖ ĐÁNG KỂ. ĐÂY CŨNG LÀ CƠ HỘI ĐỂ NGÀNH CHUYỂN ĐỔI XANH HƠN, TẠO RA NĂNG SUẤT CAO HƠN.

## Hướng đi mới của công nghiệp lâm nghiệp

Năm 2019, tòa nhà 18 tầng Mjostarnet ở Na Uy, cao 85,4m, được xây dựng hoàn toàn từ gỗ CLT và glulam chính thức đi vào sử dụng. Đây hiện là tòa nhà gỗ cao nhất thế giới. Mjostarnet được xây dựng ven hồ Mjosa, hồ nước lớn nhất Na Uy, là tác phẩm của kiến trúc sư Voll Arkitekter. Tòa tháp này bao gồm các căn hộ, khách sạn, nhà hàng, văn phòng, khu vực sinh hoạt chung và một bể bơi trong nhà.

Trước Mjostarnet, ký túc xá Brock Commons ở Canada được xây dựng từ gỗ kỹ thuật làm hệ thống kết cấu chính, đạt chiều cao 14 tầng cũng được đưa vào sử dụng. Tiếp nữa là The HoHo Tower, một công trình gỗ lai (hybrid) với gỗ chiếm 75% tổng vật liệu cũng được xây dựng tại Áo. Ông Jim Carr, Bộ trưởng Tài nguyên thiên nhiên Canada thời điểm đó ca ngợi những người ứng dụng gỗ cho công trình nhà cao tầng đã thành công trong việc đưa ra một hướng đi mới cho ngành công nghiệp lâm nghiệp.







Với sự phát triển của các công nghệ xử lý và gia cường như gỗ ghép thanh CLT (cross-laminated timber), gỗ ghép nhiều lớp (glulam)... loại vật liệu truyền thống này giờ đây đã hoàn toàn có thể đáp ứng những yêu cầu khắt khe nhất về kết cấu, thẩm mỹ và tính bền vững trong xây dựng. Kết quả là ngày càng có nhiều công trình nhà gỗ đi vào đời sống. Ông Laurent Corpataux, chuyên gia ngành gỗ kỹ thuật của Chương trình Xúc tiến nhập khẩu SIPPO cho biết, gỗ có khả năng hấp thụ carbon và trữ nó bên trong. Quá trình này còn được biết đến với tên gọi là sự cô lập carbon. Trong suốt vòng đời của mình, những công trình từ gỗ cũng thải ra một lượng khí nhà kính ít hơn đáng kể so với những công trình sử dụng bê tông cốt thép. Dịch chuyển sang sử dụng nguyên liệu gỗ kỹ thuật sẽ tạo nên những công trình bền vững hơn. Nhưng quan trọng không kém là cơ hội đem lại giá trị và hiệu quả sử dụng nguồn lực gỗ đáng kể hơn.

Đồng quan điểm, ông Võ Quang Hà, nhà sáng lập thương hiệu TAVICO cũng cho rằng, với lợi thế về diện tích rừng trồng tại Việt Nam, nếu có thể ứng dụng công nghệ chế biến hiện đại, gỗ bản địa nói riêng và ngành lâm nghiệp sẽ được nâng tầm lên một khung giá trị mới. "Hiện, phần lớn gỗ rừng trồng trong nước được khai thác sớm, phục vụ sản xuất nguyên liệu cho ván dăm, viên nén có giá trị rất thấp, chưa thực sự phản ánh đúng giá trị của rừng trồng. Điều này rất đáng tiếc", ông Hà nói.

## Hệ sinh thái ngành

Theo dõi sát xu hướng tiêu dùng bền vững của thị trường thế giới, ông Nguyễn Quốc Khanh, Chủ tịch Tập đoàn AA chia sẻ, các dự án khách sạn, nhà hàng phân khúc cao cấp ở thị trường quốc tế mà thương hiệu này đang thi công đều đã hướng đến tính bền vững của công trình.

Người Việt vốn đã quen thuộc với nhà gỗ từ trước nhưng xu hướng hiện đại hóa được tiếp nhận nhanh, nhà bê tông cốt thép dần trở thành lựa chọn tất yếu. Để gỗ kỹ thuật có thể thực sự đi vào các công trình dân dụng, trở thành nhu cầu của đại đa số người tiêu dùng, ông Khanh cho rằng, vai trò quyết định vẫn nằm ở thị trường, hay chính xác hơn khách hàng. Do vậy, tiếp cận và tác động đến nhận thức, ý thức và quyết tâm của khách hàng, của chủ đầu tư về tiêu dùng vật liệu bền vững cần phải có nhiều thời gian. Song song đó, là việc phát triển mạng lưới nhà cung cấp đáng tin cậy với năng lực, công nghệ phù hợp, tạo điều kiện cho người dùng có nhiều lựa chọn.

Đại diện Viện Vật liệu xây dựng, Bộ Xây dựng, bà Lưu Thị Hồng - Phó Viện trưởng cho biết theo hệ thống và cơ chế hiện nay, để đưa các vật liệu mới vào các công trình, cần phải có chỉ dẫn kỹ thuật để các nhà thiết kế biết được sản phẩm nào là an toàn và không an toàn để sử dụng trong toà nhà. "Muốn phát triển ứng dụng của gỗ kỹ thuật, ngành nội thất lẫn ngành xây dựng cần có một chiến lược bài bản, đưa vật liệu này vào Chương trình chiến lược phát triển vật liệu xây dựng trong kết cấu xây dựng. Quan trọng nhất là cần có một lộ trình rõ ràng, cụ thể và cần có sự tham gia của các bên", bà Hồng tư vấn.



Đối chiếu với kinh nghiệm của Singapore, ông Laurent Corpataux cho biết, các thử nghiệm và tính toán đều cho thấy hiệu quả vượt trội về mặt năng suất cho cả ngành khi đưa gỗ kỹ thuật vào xây dựng. Nhưng để làm được điều đó, từ 2015, đảo quốc sư tử đã phải huy động toàn bộ hệ sinh thái để phát triển ngành, gồm chính phủ, các cơ quan hoạch định tiêu chuẩn, đầu tư công, kiến trúc sư, hiệp hội, doanh nghiệp xuất nhập khẩu gỗ, doanh nghiệp chế biến gỗ... Chưa đầy một thập kỷ, Singapore đã trở thành một trong những quốc gia dẫn đầu trong khu vực về ứng dụng vật liệu gỗ kỹ thuật.

Với tiềm năng hiện có của ngành chế biến gỗ và ngành xây dựng, nếu hình thành được hệ sinh thái ngành và cho các DN thấy được tiềm năng của gỗ kỹ thuật, theo ông Laurent Corpataux, Việt Nam sẽ có được thêm nguồn lực cạnh tranh mới. 📌

# Nội thất Ý và câu chuyện giữ vững bản sắc

➤ BÙI TRẦN

DỰA TRÊN TRUYỀN THỐNG LÂU ĐỜI VỀ CHẤT LƯỢNG VÀ VỊ THẾ ĐẶC TRƯNG, Ý ĐÃ GIỮ VỮNG VỊ TRÍ DẪN ĐẦU TRONG NGÀNH THIẾT KẾ NỘI THẤT. CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG NÀY ĐƯỢC THÚC ĐẨY BỞI CAM KẾT ĐỔI MỚI, KHẢ NĂNG THÍCH ỨNG VÀ SỰ THẤU HIỂU SÂU SẮC CẢ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC LẪN QUỐC TẾ.

**N**gành sản xuất nội thất, một trụ cột của nền kinh tế Ý và biểu tượng của thiết kế cùng tay nghề thủ công toàn cầu đã liên tục phát triển trong những năm qua. Gần đây nhất, năm 2023, doanh thu từ ngành sản xuất nội thất Ý ước đạt 29,2 tỷ USD. Điều này khẳng định vị trí dẫn đầu bền vững của Ý trên thị trường nội thất toàn cầu.

## Chú trọng thiết kế

Bản lề cho ngành thiết kế nội thất của Ý dựa trên sự thấu hiểu sâu sắc về thị trường và định vị chiến lược. Sự thống trị của ngành nội thất Ý minh chứng

cho khả năng không chỉ đạt được mà còn duy trì lợi thế cạnh tranh trên quy mô toàn cầu. Thành công này dựa trên cam kết đổi mới và hiệu quả, những nguyên tắc đã giúp ngành nội thất Ý giành thắng lợi trong cạnh tranh quốc tế và đặt ra tiêu chuẩn cho ngành thiết kế và tay nghề thủ công.

Trong thị trường toàn cầu hóa, Ý nổi bật nhờ không ngừng nâng cao năng suất và áp dụng đổi mới, với động lực là sự cạnh tranh nội bộ và nhu cầu không ngừng thay đổi của người tiêu dùng. Khả năng duy trì lợi thế cạnh tranh cho thấy chiến lược cải tiến liên tục và thích nghi của cả ngành công nghiệp nội thất, đảm bảo sản phẩm "made in Italy" luôn đồng nghĩa với chất lượng và sự xuất sắc, với những tiêu chuẩn vượt trội trong thiết kế.

Các thương hiệu nội thất Ý đã đạt được sự cân bằng giữa việc vừa đáp ứng thị hiếu trong nước, vừa hấp dẫn đối với khách hàng toàn cầu. Tính đa dạng trong chiến lược, từ cách tiếp cận địa phương hóa đến sự hiện diện thống nhất trên toàn cầu đã làm nổi bật sức hấp dẫn bền vững của nội thất Ý.





## Chiến lược khác biệt hóa

Trong bối cảnh cạnh tranh của ngành nội thất, chìa khóa để giành lấy thị phần nằm ở cách các doanh nghiệp tạo được sự khác biệt so với đối thủ. Có hai cách tiếp cận chính để đạt được sự khác biệt này: giảm chi phí và tăng thêm giá trị.

**Chiến lược giảm chi phí:** Tập trung vào sản xuất sản phẩm tương tự với chi phí thấp hơn so với đối thủ cạnh tranh. Cách này hấp dẫn thị trường nhạy cảm về giá và nhắm đến việc cung cấp sản phẩm bảo đảm chất lượng với giá cả phải chăng. Các công ty áp dụng chiến lược này thường tận dụng lợi thế về quy mô kinh tế, quy trình sản xuất hiệu quả và các kỹ thuật tiết kiệm chi phí để đưa ra mức giá cạnh tranh.

**Chiến lược khác biệt hóa:** Một số công ty không thể cạnh tranh về giá thì sẽ lựa chọn cung cấp thêm giá trị cho khách hàng. Họ tạo ra giá trị tăng thêm nhờ chất lượng vượt trội, thiết kế độc đáo, hoặc thương hiệu mạnh.

Các nhà sản xuất nội thất Ý chủ yếu sử dụng chiến lược khác biệt hóa. Nội thất nước này được đánh giá cao nhờ sự đa dạng, tay nghề thủ công và tính thẩm mỹ cao.

Những phẩm chất ấy định vị nội thất Ý không chỉ như một món đồ để sử dụng mà còn là biểu tượng của sự sang trọng và sự xuất sắc trong thiết kế.

Khả năng thích ứng của ngành, cam kết hướng tới tính bền vững, cũng như khả năng kết hợp giữa kỹ thuật truyền thống và xu hướng hiện đại đã làm gia tăng nhu cầu đối với nội thất Ý trên toàn thế giới. Bên cạnh đó, ngành nội thất Ý cũng ngày càng đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng phạm vi tiếp cận, từ nội thất sang trọng dùng trong gia đình đến các giải pháp văn phòng tiện nghi và không gian sống ngoài trời... đáp ứng nhu cầu và sở thích đa dạng của người tiêu dùng.

## Nắm bắt chiến lược toàn cầu

Chiến lược đa quốc gia là cách tiếp cận kinh doanh quốc tế được điều chỉnh theo nhu cầu riêng biệt của từng thị trường. Điều này cho phép một công ty xây dựng sự hiện diện khác biệt ở các quốc gia khác nhau thay vì áp dụng một chiến lược đồng nhất. Ví dụ, Công ty Singer, vốn có truyền thống kinh doanh nội thất tại Mỹ, đã tái định vị tại Bangladesh bằng cách khai thác thị trường đồ điện tử tiêu dùng và máy may phục vụ ngành may mặc địa phương. Sự thay đổi này thể hiện chiến lược đa quốc gia cổ điển khi Singer điều chỉnh cách tiếp cận kinh doanh để đáp ứng nhu cầu cụ thể của thị trường Bangladesh.

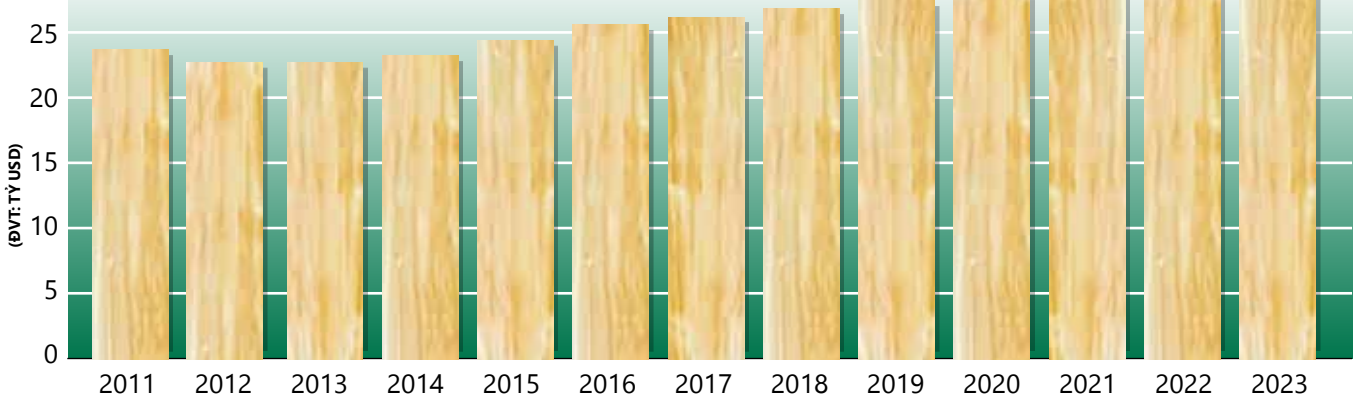
Tuy nhiên, ngành nội thất Ý, nổi tiếng về thiết kế và chất lượng, thường tránh xa chiến lược đa quốc gia. Nội thất Ý gắn bó chặt chẽ với di sản thiết kế phong phú, do đó việc thể hiện ở mỗi thị trường mỗi khác có thể làm "loãng" hình ảnh thương hiệu và chất lượng mà "made in Italy" cam kết.

Ngành nội thất Ý thường áp dụng cốt lõi của chiến lược toàn cầu, tập trung vào sự nhất quán và một hình ảnh thương hiệu thống nhất trên tất cả các thị trường. Không giống như cách tiếp cận đa quốc gia, các công ty áp dụng chiến lược toàn cầu luôn giữ vững một tầm nhìn duy nhất – tận dụng cùng một chiến lược, cấu trúc và dòng sản phẩm ở mọi quốc gia mà họ hoạt động. Phương pháp này đảm bảo bản sắc thương hiệu và trải nghiệm thống nhất cho người tiêu dùng trên toàn thế giới; đảm bảo rằng chất lượng, thiết kế và tay nghề thủ công không thay đổi dù ở thị trường nào. 📌

(Nguồn: eurusconcept.com)

“  
NGÀNH NỘI THẤT Ý TẬP TRUNG VÀO SỰ NHẤT QUÁN VÀ MỘT HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU THỐNG NHẤT TRÊN TẤT CẢ CÁC THỊ TRƯỜNG  
”

**BIỂU ĐỒ TĂNG TRƯỞNG CỦA CÔNG NGHIỆP NỘI THẤT Ý TỪ NĂM 2011 ĐẾN 2023**



(Nguồn: International Trade Map)

# Dụng công nghệ tạo lợi thế cạnh tranh

➤ QUẢN HUỖNH thực hiện

VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG NGHỆ, GIẢI PHÁP CHUYỂN ĐỔI SỐ (CĐS) TRONG SẢN XUẤT, VẬN HÀNH DOANH NGHIỆP (DN) NGÀY CÀNG SÁT THỰC, MANG LẠI HIỆU QUẢ ĐẦU TƯ RÕ RỆT. TUY NHIÊN, CĐS HOÀN TOÀN KHÔNG PHẢI LÀ CÂU CHUYỆN BỎ ĐI LỢI THẾ NHÂN CÔNG GIÁ RẺ HIỆN CÓ. THEO CHUYÊN GIA TƯ VẤN NGUYỄN HỮU HÙNG, NHÀ SÁNG LẬP IRTECH, QUÁ TRÌNH NÀY SẼ GIÚP DN NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC.



**\* Là người gắn bó với công nghệ, trong hành trình hơn 18 năm tư vấn CĐS, ông đánh giá thế nào về nhận thức của DN về vấn đề này?**

- Đến bây giờ thì CĐS không còn là khái niệm mới. DN đã nhận thức được tầm quan trọng của CĐS trong việc nâng cao năng suất, gia tăng lợi thế cạnh tranh, nhưng gần như DN các ngành khi bắt đầu con đường này đều bị vướng trong việc xác định mục tiêu.



Cần phải thấy CĐS là khoản đầu tư sẽ mang lại được những giá trị cụ thể nào. Đây là một hành trình có nhiều biến số, liên quan đến hoạt động thực tế. Với ngành gỗ, mô hình sản xuất chứa rất nhiều công đoạn, với sự tham gia của không ít thành phần dễ dẫn đến nhiều vấn đề phát sinh, mất thời gian và nhiều sai sót. Do vậy, xác định mục tiêu càng cụ thể thì DN càng nhanh đến đích, tránh được tình trạng mơ hồ, dẫn đến tình trạng mất nhiệt tình, thiếu quyết tâm.

**\* DN sẽ thiết lập chiến lược CĐS dựa trên các yếu tố nào, thưa ông?**

- Tựa như một khối rubic, chiến lược CĐS bao gồm 6 trụ cột chính, hỗ trợ nhau tạo nên giá trị bền vững cho DN. Bao gồm: Phân tích dữ liệu, chiến lược, công nghệ, văn hóa công ty, tinh thần đổi mới sáng tạo và cuối cùng là tương tác khách hàng. Đây cũng là những yếu tố mà một DN bền vững, toàn diện cần phải hội tụ đủ.

Lộ trình CĐS sẽ bắt đầu từ xác định mục tiêu và chiến lược chuyển đổi số, sau đó việc thành lập ban chuyên trách về chuyển đổi số để giám sát, thực hiện tiếp các bước tiếp theo. Lộ trình này thường kéo dài từ 3 đến 5 năm. Trong thời gian đó, tinh thần, quyết tâm là giá trị quan trọng nhất. Bắt buộc phải có sự chuyển đổi nhận thức cả công ty, từ chủ DN đến đội ngũ quản lý, nhân viên...

**\* Nhưng DN thường quan tâm nhiều đến lựa chọn công nghệ nào là phù hợp?**

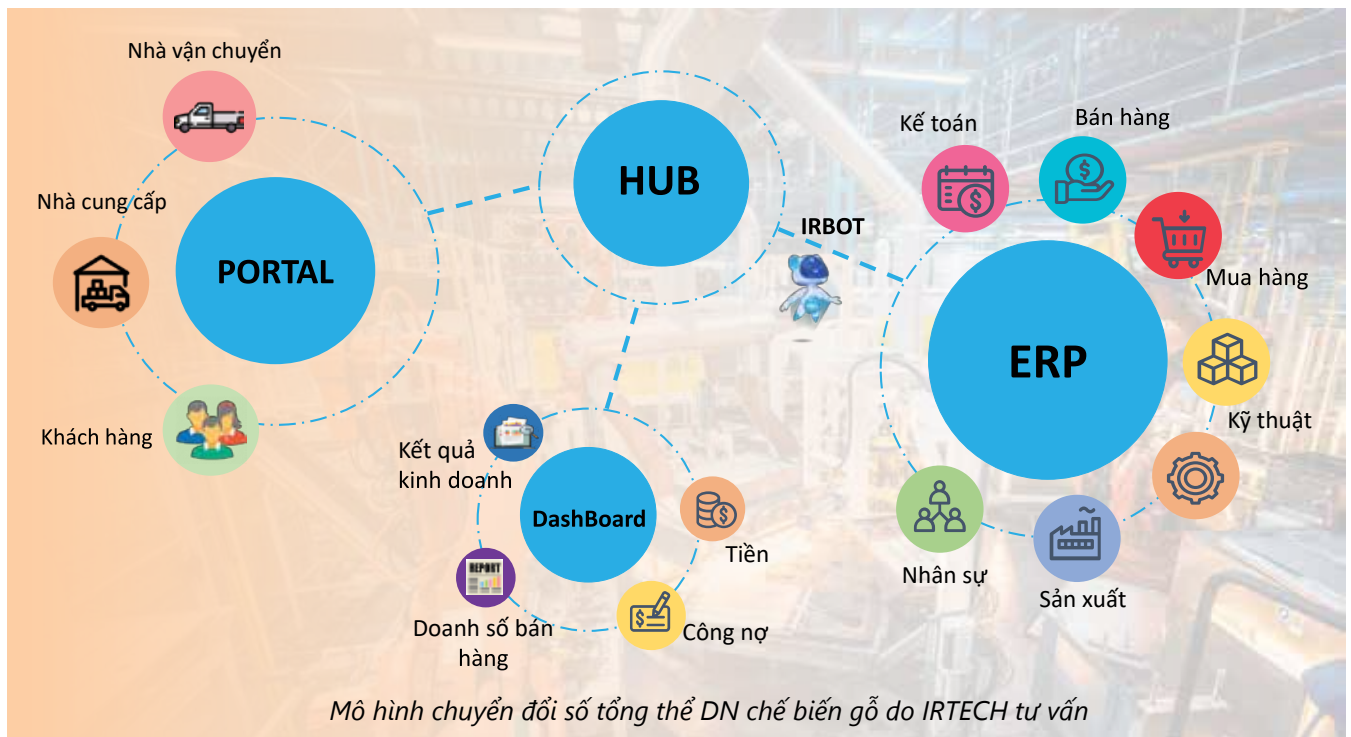
- Các vấn đề ưu tiên trong CĐS cần được xếp theo hình kim tự tháp. Trong đó, đứng đầu là kinh doanh, tầng thứ hai là vận hành và công nghệ thuộc tầng cuối cùng, sau khi các vấn đề trên được làm sáng tỏ. Công nghệ chỉ là một phần trong tam giác 3 tầng này.



Với sự tiến bộ rất nhanh của khoa học, thị trường mang đến cho DN nhiều công nghệ, giải pháp cũng nhiều hơn. Hiện các ngành sản xuất đã có thể ứng dụng từ IoT, Robotics, Blockchain, EMS, đo đếm thông minh AMI, GIS đến Machine Learning, Big Data,... Hệ thống quản lý thì cũng phong phú với ERP, POS, CRM, PMS, QSM... Do vậy, DN phải biết lựa chọn công nghệ phù hợp. Như đã nói, đặc thù của sản xuất đồ nội thất Việt Nam hiện nay là nhiều khâu, dẫn đến thực tế sẽ có nhiều vấn đề phát sinh, nếu quá trình phân tích dữ liệu được thực hiện tốt thì việc hoạch định chiến lược cũng sẽ hiệu quả hơn.

Ngoài những con số cụ thể, về mặt kinh doanh, CDS còn giúp DN cải thiện các quyết định kinh doanh nhờ khả năng phân tích dữ liệu và dự báo thị trường, tăng khả năng cạnh tranh, duy trì năng lực đổi mới bất chấp hạn chế về quy mô, nhân lực và ngân sách; cải thiện trải nghiệm khách hàng và nhân viên, gia tăng khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ nhờ tối ưu hóa quy trình.

Với tất cả những lợi ích thiết thực này, DN có thể nâng cao hiệu quả hoạt động, tiết kiệm chi phí, giảm thiểu sai sót. Từ đó, tăng trưởng trung bình 55% lợi nhuận.



**\* Hiện tại, nhân công giá rẻ vẫn đang là lợi thế cạnh tranh của DN Việt Nam. Nếu so sánh việc tận dụng lao động và đầu tư công nghệ, theo ông, lựa chọn nào mang lại hiệu quả trước mắt hơn?**

- Bản chất của CDS là làm thế nào để tăng doanh thu chứ không phải là giảm nhân lực. Kết quả từ các DN đã thực hiện thành công CDS cho thấy, có thể tiết kiệm đến 50% chi phí nhân sự và quản lý, nâng cao sự hợp tác giữa các phòng ban. Tiết kiệm đến 30 - 40% thời gian triển khai các hoạt động nhờ tối ưu quy trình và tự động hóa triển khai. Việc ứng dụng hệ thống sẽ làm lộ ra những vị trí dư thừa trong hệ thống. DN có thể từ đó bố trí lại cơ cấu nhân lực hợp lý, tạo điều kiện và cơ hội để nhân lực phát triển kỹ năng cho những công việc phù hợp. Như vậy, CDS cũng sẽ góp phần nâng cao chất lượng lao động.

**\* Vấn đề chi phí đầu tư, sau thời gian khó khăn do thiếu đơn hàng suốt năm 2023 vừa qua, cũng là vấn đề cản trở quyết định CDS?**

- Bài toán kinh tế đúng là phải được đặt lên cân nhắc rất kỹ và việc lựa chọn hệ thống, công nghệ cũng sẽ tùy thuộc vào khả năng, ngân sách của DN. Trong vấn đề này, lại phải quay về viên gạch đầu tiên trong khối rubic là việc mổ xẻ hiện trạng DN, phân tích dữ liệu. Phải xem phần công nghệ nào DN đã đầu tư còn dùng được, tổ chức kết nối với hệ thống mới để tận dụng được hết các nguồn lực.

Cũng cần lưu ý rằng, với sự biến chuyển rất nhanh của thị trường hiện nay, việc đầu tư hệ thống công nghệ đòi hỏi tính nhanh, linh hoạt chứ không phải tính chắc chắn như thời gian trước.

**\* Xin cảm ơn ông! 🇻🇳**

# Tối ưu hóa sản xuất

➤ DIỆP AN

THÁCH THỨC CỦA NGÀNH NỘI THẤT KHÔNG CHỈ LÀ DUY TRÌ SẢN PHẨM CHẤT LƯỢNG CAO MÀ CÒN PHẢI CÓ HIỆU QUẢ VÀ LỢI NHUẬN. CHÌA KHÓA CỦA BÀI TOÁN KHÓ NÀY LÀ PHẢI LIÊN TỤC TỐI ƯU HÓA QUY TRÌNH SẢN XUẤT, CHO PHÉP TỐI ĐA HÓA HIỆU QUẢ, GIẢM THIỂU CHI PHÍ VÀ QUAN TRỌNG NHẤT LÀ ĐÁP ỨNG ĐƯỢC KỶ VỌNG CỦA KHÁCH HÀNG.



## Hiểu về quy trình sản xuất

Nền tảng để xây dựng bất kỳ quá trình tối ưu hóa nào là việc hiểu rõ quy trình sản xuất hiện tại. Bởi không thể cải thiện thứ mà mình không hiểu đầy đủ. Do đó bước đầu tiên là phân tích và hiểu chi tiết về mọi giai đoạn sản xuất, từ khâu nhận đơn hàng, xử lý vật liệu cho đến khâu hoàn thiện và vận chuyển thành phẩm.

**Lập bản đồ quy trình:** Điều này cho phép trực quan hóa mọi bước sản xuất, giúp xác định các giai đoạn không tạo thêm giá trị cho sản phẩm. Nó cũng giúp nhận thấy "điểm nghẽn", tức các giai đoạn làm chậm quy trình dẫn đến chậm trễ và tăng chi phí.

**Phân tích thời gian và chi phí:** Việc này liên quan đến từng giai đoạn sản xuất, giúp xác định quy trình nào tốn kém nhất và lý do. Đôi khi chi phí cao liên quan đến việc sử dụng vật liệu không hiệu quả, để thời gian chết quá nhiều hoặc lãng phí.

**Sự tham gia của đội ngũ:** Nhân viên là những người gắn gũi nhất với công việc. Kinh nghiệm và hiểu biết của họ mang lại thông tin có giá trị về tiềm năng cải thiện. Kêu gọi đội ngũ sản xuất tham gia quá trình phân tích và lập bản đồ không chỉ giúp họ tăng động lực làm việc và nỗ lực thay đổi mà còn cho phép xác định các vấn đề có thể đã bị bỏ qua ở cấp quản lý cao hơn.

## Công nghệ và tự động hóa

Việc triển khai công nghệ hiện đại và tự động hóa là yêu cầu thiết yếu đối với các công ty nội thất. Tự động hóa làm tăng tốc độ sản xuất, giúp duy trì chất lượng sản phẩm cao, đồng đều, giảm thiểu sai sót. Cách mạng hóa quy trình sản xuất đồ nội thất có những lựa chọn khá hiệu quả như:

**Máy CNC:** Các trung tâm gia công CNC (điều khiển số bằng máy tính) là trái tim của nghề nội thất hiện đại. Những cỗ máy tiên tiến này cho phép cắt, khoan,





phay và khắc chính xác với độ chính xác chưa từng có. Việc lập trình máy CNC cho phép tạo ra các mẫu mã và hình dạng phức tạp hơn so với làm thủ công. Hơn nữa những cỗ máy này có thể hoạt động liên tục, tăng hiệu quả sản xuất và cho phép hoàn thành nhiều đơn hàng hơn trong thời gian ngắn hơn.

#### Phần mềm hệ thống thực thi

#### sản xuất (MES): Hệ thống MES

(hệ thống thực thi sản xuất) là công cụ chính để quản lý và tối ưu hóa quy trình sản xuất. Phần mềm này thu thập dữ liệu thời gian thực từ toàn bộ cơ sở sản xuất, cung cấp thông tin có giá trị về hiệu suất máy móc, mức tiêu thụ vật liệu và tiến độ của từng đơn hàng, cho phép các nhà quản lý ra quyết định sáng suốt, phản hồi nhanh mọi vấn đề và lập kế hoạch hiệu quả cho các đơn hàng trong tương lai.

**Robot cộng tác (cobot):** Robot cộng tác, còn gọi là cobot là một giải pháp sáng tạo giúp tăng cường tự động hóa trong khi vẫn duy trì tính linh hoạt của công

nhân. Cobot được thiết kế để làm việc an toàn cùng với con người, hỗ trợ họ trong các nhiệm vụ đơn điệu hoặc nguy hiểm. Người ta có thể nhanh chóng lập trình chúng cho các nhiệm vụ khác nhau nên cobot có thể làm tăng năng suất đáng kể trong khi vẫn duy trì tính linh hoạt cao trong các quy trình sản xuất.

**In 3D:** Công nghệ in 3D cho phép tạo ra các thành phần phức tạp mà phương pháp truyền thống khó hoặc không thể thực hiện. In 3D có thể dùng để sản xuất các chi tiết trang trí độc đáo, nguyên mẫu hay thậm chí là các bộ phận của đồ nội thất. Điều này đặc biệt có giá trị với những công ty muốn cung cấp sản phẩm được cá nhân hóa hoặc phản ứng nhanh với các xu hướng thị trường đang thay đổi.

**Tích hợp hệ thống và IoT:** IoT (internet vạn vật) cho phép tạo ra một môi trường sản xuất thông minh, nơi máy móc, thiết bị và hệ thống có thể giao tiếp với nhau. Điều này cho phép tự động hóa toàn bộ chuỗi sản xuất, từ khâu đặt hàng vật liệu đến khâu sản xuất, hậu cần và giao thành phẩm. Sự tích hợp này giúp tăng hiệu quả, giảm thiểu chất thải và thích ứng tốt hơn với nhu cầu của khách hàng.

Tối ưu hóa sản xuất, quản lý chất lượng hiệu quả là một quá trình liên tục. Nó đòi hỏi phải xây dựng một nền văn hóa mà mọi nhân viên, từ quản lý đến công nhân sản xuất, đều phải cam kết thực hiện quy trình cải tiến chất lượng. Nét văn hóa này có khả năng thúc đẩy sự cởi mở phản hồi, tinh thần sẵn sàng học hỏi và không ngại đổi mới trong doanh nghiệp. 📌

(Theo [Interioworks.com](https://interioworks.com))

“

VIỆC TRIỂN KHAI CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI VÀ TỰ ĐỘNG HÓA LÀ YẾU CẦU THIẾT YẾU ĐỐI VỚI CÁC CÔNG TY NỘI THẤT

”



# Giảm lãng phí, tối đa hiệu suất

➤ NGÂN HẠNH

SẢN XUẤT NỘI THẤT CÓ TÁC ĐỘNG ĐÁNG KỂ ĐẾN MÔI TRƯỜNG DO SỬ DỤNG TÀI NGUYÊN THIÊN NHIÊN VÀ PHÁT THẢI. ÁP DỤNG CÁC CHIẾN LƯỢC GIẢM THIỂU LÃNG PHÍ DƯỚI ĐÂY KHÔNG CHỈ GIÚP DOANH NGHIỆP TỐI ĐA HÓA HIỆU SUẤT MÀ CÒN TIẾT KIỆM CHI PHÍ.



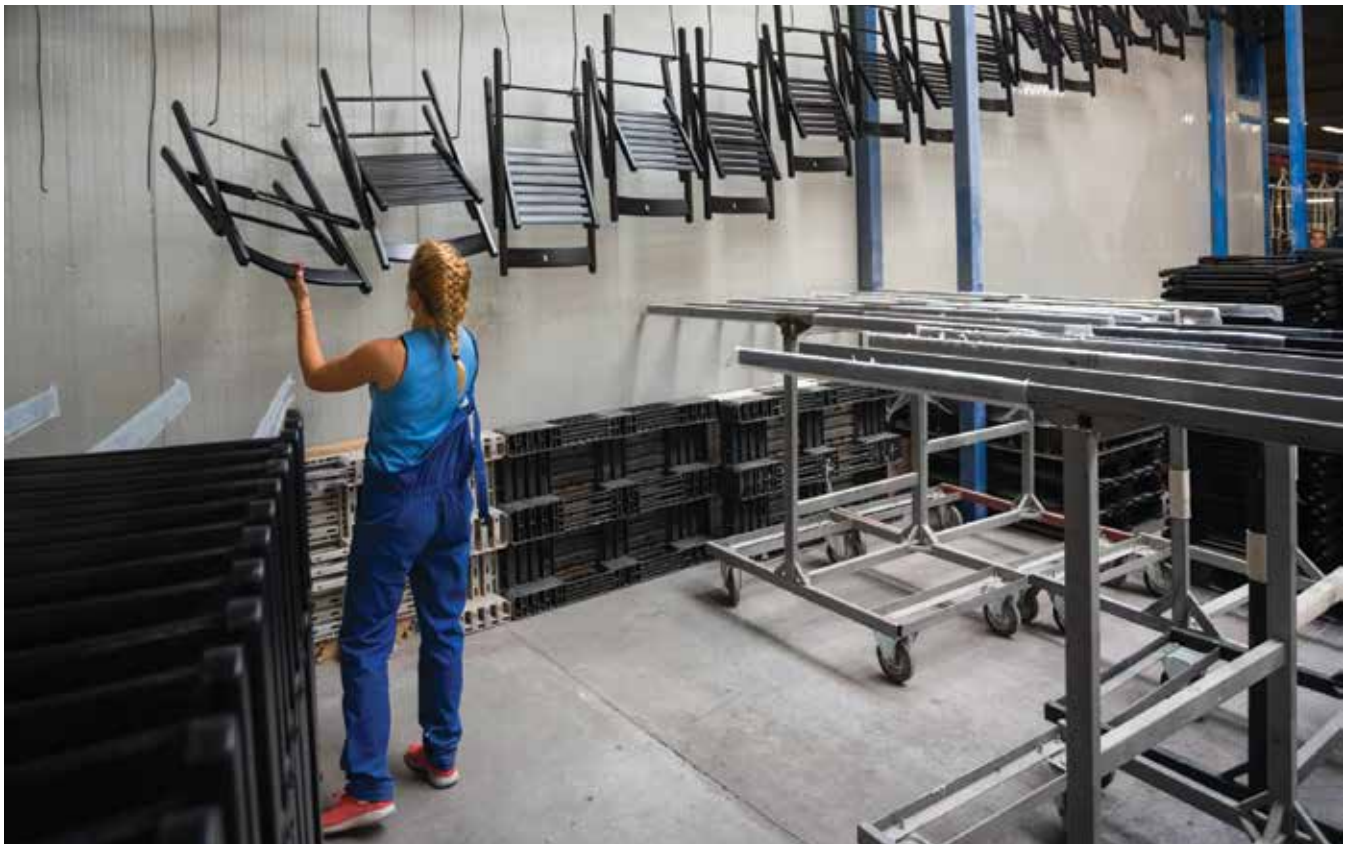
**U** iệc giảm thiểu lãng phí và tối đa hóa hiệu suất trong sản xuất nội thất có ý nghĩa quan trọng với môi trường, nền kinh tế, nhu cầu của người tiêu dùng và trách nhiệm của doanh nghiệp.

## Thiết kế để sản xuất và lắp ráp (DFMA)

DFMA là một tập hợp các nguyên tắc và thực hành được sử dụng nhằm tối ưu hóa thiết kế sản phẩm để dễ sản xuất và lắp ráp. Từ đó dẫn đến giảm số lượng bộ phận của sản phẩm, đơn giản hóa quy trình lắp ráp và giảm thời gian, chi phí sản xuất.

Các nguyên tắc chính của DFMA là:

- Đơn giản hóa thiết kế: Số lượng bộ phận cần thiết có thể được giảm bớt, giúp giảm lãng phí và cải thiện hiệu suất.
- Chuẩn hóa các bộ phận: Giúp giảm số lượng bộ phận riêng biệt cần thiết và đơn giản hóa quy trình sản xuất, lắp ráp.
- Giảm thiểu các bước lắp ráp: Giúp giảm thời gian và chi phí sản xuất.
- Tối ưu hóa trình tự lắp ráp: Có thể giảm thiểu thời gian và công sức cần thiết để lắp ráp.
- Thiết kế để dễ xử lý: Giúp giảm nguy cơ hư hỏng trong quá trình sản xuất và lắp ráp, giảm thiểu lãng phí và giảm chi phí.







“  
THIẾT KẾ ĐỂ SẢN XUẤT VÀ LẮP RÁP,  
QUẢN LÝ VẬT LIỆU HIỆU QUẢ LÀ MỘT  
TRONG NHỮNG GIẢI PHÁP ĐỂ GIẢM  
THiểu LÃNG PHÍ, GIẢM CHI PHÍ VÀ TỐI  
ƯU HÓA QUY TRÌNH SẢN XUẤT  
”

Có rất nhiều ví dụ về thiết kế nội thất kết hợp các nguyên tắc của DFMA, trong đó nổi bật là đồ nội thất đóng gói phẳng: chẳng hạn như các sản phẩm của IKEA, được thiết kế để người dùng cuối có thể dễ dàng lắp ráp bằng cách sử dụng số lượng bộ phận tối thiểu. Các thiết kế được tối ưu hóa để sản xuất, vận chuyển và lắp ráp hiệu quả.

Kế đó là đồ nội thất dạng mô-đun: chẳng hạn như ô văn phòng hoặc kệ, được thiết kế để dễ dàng lắp ráp và tháo rời, cho phép tùy chỉnh và linh hoạt, dễ sửa chữa, thay thế.

Đồ nội thất đa chức năng: chẳng hạn như giường sofa hoặc ghế đôn lưu trữ, được thiết kế để phục vụ nhiều mục đích, giảm nhu cầu về các đồ nội thất bổ sung. Các thiết kế được tối ưu hóa để dễ lắp ráp và tháo rời, cũng như giảm vật liệu và bộ phận.

## Quản lý vật liệu

Quản lý vật liệu đóng vai trò quan trọng trong việc giảm thiểu chất thải và cải thiện hiệu quả sản xuất nội thất; giảm thiểu lãng phí, giảm chi phí và tối ưu hóa quy trình sản xuất.

Một khía cạnh quan trọng của quản lý vật liệu là kiểm soát hàng tồn kho. Hệ thống sản xuất tức thời là một kỹ thuật có thể được sử dụng để đảm bảo rằng vật liệu chỉ được đặt hàng và giao khi cần thiết.

Các chương trình giảm thiểu chất thải cũng có thể được triển khai trong hoạt động quản lý vật liệu để giúp xác định các khu vực phát sinh chất thải và thực hiện các bước để giảm thiểu.

Sau đây là một số chiến lược hiệu quả để quản lý vật liệu trong sản xuất đồ nội thất:

- Hệ thống sản xuất tức thời (Just-in-time inventory - JIT) là một hệ thống quản lý hàng tồn kho

liên quan đến việc sản xuất và tiếp nhận hàng hóa đúng lúc để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Hệ thống này giúp giảm mức tồn kho, giảm thiểu chi phí lưu trữ và bớt lãng phí liên quan đến hàng tồn kho.

- Hệ thống Kanban: sử dụng tín hiệu trực quan để quản lý luồng vật liệu và sản phẩm trong suốt quá trình sản xuất giúp giảm mức tồn kho và cải thiện hiệu quả sản xuất.

- Lập kế hoạch nhu cầu vật liệu (Material Requirement Planning - MRP): là hệ thống quản lý hàng tồn kho bằng máy tính, giúp đảm bảo những vật liệu cần thiết sẽ có sẵn cho sản xuất, giúp giảm lãng phí liên quan đến hàng tồn kho và tình trạng thiếu hụt.

Nhiều công ty nội thất đã triển khai thành công các chiến lược quản lý vật liệu. Chẳng hạn như IKEA. Công ty này sử dụng hệ thống sản xuất tức thời để giảm mức tồn kho và giảm thiểu chi phí lưu kho. IKEA cũng hợp tác chặt chẽ với các nhà cung cấp để tối ưu hóa luồng vật liệu và giảm thiểu chất thải trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Herman Mille, nhà sản xuất nội thất của Mỹ đã triển khai chương trình giảm chất thải để giảm thiểu lãng phí liên quan đến hàng tồn kho, phế liệu và hoạt động gia công lại. Công ty cũng đã triển khai hệ thống Kanban để quản lý luồng vật liệu và sản phẩm trong suốt quá trình sản xuất.

Steelcase, một thương hiệu nội thất khác của Mỹ cũng triển khai hệ thống sản xuất tức thời để giảm mức tồn kho và chi phí lưu kho. Công ty cũng sử dụng MRP để đảm bảo có đúng vật liệu khi cần.

Bằng cách áp dụng các hoạt động bền vững kể trên, các công ty sản xuất nội thất có thể tạo ra những sản phẩm chất lượng cao, đồng thời giảm thiểu tác động đến môi trường. 🌱

(Nguồn: Deskera)

# Thay đổi ngoạn mục ở Ekornes

➤ BÙI GIA



BẰNG CÁCH TỔ CHỨC LẠI SẢN XUẤT, SẮP XẾP LẠI CÁC CHUYỀN VÀ ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP TÍNH THỦ LAO, EKORNES - MỘT CÔNG TY NỔI TIẾNG VỚI THƯƠNG HIỆU GHẾ VÀ SOFA CÓ HAI NHÀ MÁY Ở SYKKULVEN (NA UY) ĐÃ CÓ ĐƯỢC NHỮNG THAY ĐỔI NGOẠN MỤC.

areid và Aure là hai nhà máy của Ekornes. Thương hiệu này bắt đầu hành trình tinh gọn sản xuất của mình vào năm 2010. Tất cả quản lý đều phải tham gia khóa đào tạo chính thức với một công ty tư vấn lớn của Na Uy.

## Cân bằng quy trình sản xuất

Thời điểm đó, tinh gọn ở Ekornes có nghĩa là sử dụng các công cụ và kỹ thuật, chẳng hạn như 5S và bảng trực quan, nhưng không nhiều hơn thế. Mặc dù đang sử dụng các công cụ tinh gọn và nỗ lực cải tiến liên tục nhưng nhà máy vẫn gặp khó khăn vì thời gian giao hàng thiếu tính cạnh tranh. Năm 2016, trong một dự án nghiên cứu do nghiên cứu viên Laura Lazar phụ trách đã đưa mọi người vào sơ đồ luồng giá trị trong toàn bộ quy trình sản xuất tại Hareid. Kể từ đó, công việc sản xuất được kết nối với toàn bộ quy trình.

Trong ngành nội thất, hoạt động sản xuất theo lô và theo khối vẫn phổ biến. Ekornes không ngoại lệ. Tuy nhiên, khi công ty đóng cửa nhà máy Hareid và chuyển hoạt động sản xuất đến nhà máy mới Aure, mọi người bắt đầu cảm thấy cần phải làm khác.

Giám đốc sản xuất Ole Andre Småge, Trưởng phòng Stein Arve Rise, kỹ sư Arne Christian Jensen và điều phối viên tinh gọn Marcin Gaarden thiết lập một dây chuyền và bắt đầu thử nghiệm với mô hình luồng một sản phẩm (one-piece-flow).

Trước khi chuyển nhà máy, cả nhóm bắt đầu thử nghiệm. Đầu tiên là thiết lập một dây chuyền cho khâu lắp ráp cuối cùng một sản phẩm phổ biến vốn đã có thời gian sản xuất tương đối ổn định. Marcin, nhân viên gốc Ba Lan đã làm việc cho Ekornes từ năm 2010, tính toán nhịp sản xuất và thiết lập lịch trình heijunka. Đây là từ tiếng Nhật, có nghĩa là "cân bằng quy trình sản xuất", một phương pháp Lean được sử dụng để thúc đẩy sản xuất và thiết lập luồng công việc liên tục.

## Giảm tồn kho, giảm thời gian sản xuất

Quá trình này được Marcin và Stein Arve cùng Arne Christian chỉ đạo và được thực hiện với sự chấp thuận, hỗ trợ toàn diện của giám đốc nhà máy. Lúc đầu, đề xuất thiết lập dây chuyền sản xuất bị phản đối dữ dội nhưng kết quả thật bất ngờ: thời gian sản



xuất giảm một nửa và khâu lắp ráp cuối cùng, trước đây được chia thành nhiều lô, đã giảm 94% thời gian sản xuất.

Nhóm cũng thấy rằng giữa quá trình cơ và lắp ráp cuối cùng, lượng hàng tồn kho đệm giảm từ 1,5 xuống 0,5 ngày. Lượng hàng tồn kho an toàn trong hệ thống kanban (hệ thống quản trị hàng tồn kho được sử dụng trong việc sản xuất tức thời) đã giảm và lỗi sản xuất giữa các hoạt động lắp ráp được loại bỏ.

Theo đại diện Ekornes, kết quả phi thường này là thành quả của một nhóm tận tụy làm việc trong một nhà máy sắp đóng cửa. Tuy nhiên, điều khiến nhóm ngạc nhiên nhất là sự thay đổi gần như ngay lập tức trong cách các công nhân làm việc cùng nhau. Suốt nhiều năm, hệ thống trả lương theo sản phẩm đã củng cố tư duy trì trệ, thiếu hợp tác và kim hãm tinh thần làm việc nhóm; khi làm việc theo nhóm, các công nhân không chú ý nhiều đến đồng nghiệp và thấy khó hiểu mục đích của công tác cải tiến liên tục. Với dây chuyền mới, họ làm việc cùng nhau mỗi ngày; cùng nhau giải quyết các vấn đề trên dây chuyền, đưa ra các đề xuất về cách cải thiện luồng, chuẩn hóa hoạt động... mà không cần ai phải “cầm tay chỉ việc”.

“

ĐỀ XUẤT THIẾT LẬP DÂY CHUYỀN SẢN XUẤT BỊ PHẢN ĐỐI DỮ ĐỘI NHƯNG KẾT QUẢ THẬT BẤT NGỜ: THỜI GIAN SẢN XUẤT GIẢM MỘT NỬA VÀ KHẤU LẮP RÁP CUỐI CÙNG ĐÃ GIẢM 94% THỜI GIAN SẢN XUẤT

”

Bằng cách kết nối các hoạt động tách biệt trước đây, luồng trên dây chuyền đã khuyến khích một loại hành vi mới: các vấn đề trước đây bị ẩn giấu ngay lập tức trở nên rõ ràng khi vùng đệm giữa các hoạt động bị xóa bỏ. Công nhân cảm thấy có tiếng nói chung,

cùng nhau nêu ra các vấn đề trước đây được coi là riêng lẻ. “Nhóm tinh gọn” – Stein, Marcin và Arne – giờ đây buộc phải đối mặt trực tiếp với những vấn đề này và đưa chúng vào phần còn lại của nhà máy để có thể cùng nhau tìm ra biện pháp đối phó.

Kể từ khi đưa dây chuyền lắp ráp cuối cùng vào hoạt động, các thành viên của Ekornes đã trải qua một cảm giác phấn khích rõ rệt. Những gì

ban đầu là một thử nghiệm giờ đây dường như đã có cuộc sống riêng và rõ ràng là không thể đảo ngược. Tất nhiên, nhóm vẫn phải đối mặt với những vấn đề lớn cần giải quyết, nhưng một khi hệ thống trả lương theo sản phẩm không còn, giờ đây họ đang mở rộng hệ thống ra toàn bộ quy trình sản xuất.

Đối với những người quản lý và điều hành tại nhà máy Aure, câu chuyện chỉ mới bắt đầu, hành trình phía trước vẫn còn dài - có lúc phấn khích nhưng cũng có lúc thất vọng. Còn rất nhiều điều phải học nhưng hiện tại, thành quả của việc thay đổi tư duy về hoạt động sản xuất đã mang lại cho Ekornes quá nhiều lợi ích. 📌

(Nguồn: [planet-lean.com](http://planet-lean.com))



KHI HÀNG RÀO THUẾ QUAN BỊ DỠ BỎ, NHỮNG TIÊU CHUẨN VỀ MÔI TRƯỜNG, LAO ĐỘNG, NGUYÊN LIỆU... SẼ ĐƯỢC DÙNG LÀM CƠ CHẾ PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI. DOANH NGHIỆP (DN) VIỆT NAM HOÀN TOÀN CÓ THỂ BIẾN NHỮNG ÁP LỰC TỪ CÁC CƠ CHẾ PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI THÀNH THỂ MẠNH CẠNH TRANH VỚI CÁC QUỐC GIA CUNG ỨNG KHÁC.

## “Làm sạch” chuỗi cung ứng

➤ NHẬT THANH

**U**ất nhập khẩu của Việt Nam đang vượt trội so với một số nền kinh tế hàng đầu trong khu vực châu Á.

### Những hàng rào thương mại

Số liệu từ Bộ Công Thương cho thấy, trong 10 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sơ bộ đã đạt 335,59 tỷ USD, tăng 14,9% so với cùng kỳ năm trước. Đây là mức tăng trưởng khá cao so với các quốc gia như: Trung Quốc tăng 4,3%; Hàn Quốc tăng 9,6%; Thái Lan tăng 3,9%...

Số liệu công bố tại Diễn đàn hợp tác Việt Nam - EU với chủ đề “Nỗ lực thích ứng vì tương lai thịnh vượng bền vững”, tổ chức tại TP. Hồ Chí Minh cho thấy, bên cạnh thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Mỹ, khối EU đang giữ vai trò là đối tác thương mại chủ lực. 9 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu từ Việt Nam sang 27 nước EU đạt 38,02 tỷ USD, tăng 17%, tương ứng tăng 5,51 tỷ USD so với cùng kỳ năm trước. Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hoàng Long nhận định EU là

đối tác hàng đầu của Việt Nam. Với đòn bẩy mạnh mẽ từ Hiệp định Thương mại tự do EU - Việt Nam (EVFTA) và tới đây là Hiệp định Bảo hộ đầu tư EU - Việt Nam (EVIPA), Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi đẩy mạnh hợp tác thương mại, thu hút đầu tư, chuyển giao công nghệ...

Tuy nhiên, theo bà Trương Thùy Linh, Phó Cục trưởng Cục Phòng vệ thương mại, Bộ Công Thương, khi hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ thì chính sách phòng vệ thương mại các quốc gia sẽ tập trung vào chính sách lao động, môi trường, chống bán phá giá... để hạn chế nhập khẩu và bảo vệ DN trong nước. Hiện Việt Nam đang bị EU áp dụng 16 quy định phòng vệ thương mại và sắp tới, những quy định từ EUDR, CBAM, CS3D... sẽ tiếp tục là rào cản. “DN xuất

khẩu không thể đứng ngoài cuộc chơi mà cần phải sẵn sàng để thích ứng được với các chính sách mới. Đây là quy định chung của liên minh nên chỉ cần DN bị cáo buộc ở một quốc gia thì việc thực thi sẽ ở cấp độ liên minh”, bà Linh cảnh báo.

CÁC DN CHÂU ÂU THÍCH NGHI THUẬN LỢI HƠN NHỜ ĐÃ CÓ NỀN TẢNG, NHƯNG CÁC DN VIỆT TRƯỚC ÁP LỰC TỪ PHÍA KHÁCH HÀNG, CŨNG ĐÃ VÀ ĐANG CHUYỂN ĐỔI ĐỂ CHỦ ĐỘNG THÍCH ỨNG



## DN Việt Nam đã sẵn sàng?

Trong 2 năm qua, các DN thuộc EU đã có thời gian thực hiện chuyển đổi và thích ứng với các quy định của CBAM, từng bước đi vào khung pháp lý của các quốc gia. Ông Trần Việt Hoàng, Giám đốc Energy & GHG product của Bureau Veritas Việt Nam cho biết, các quy định mới ảnh hưởng đến nhiều ngành sản xuất, từ xi măng, sắt thép, phân bón, dệt may, da dày, chế biến gỗ... Các DN châu Âu thích nghi thuận lợi hơn nhờ đã có nền tảng, nhưng các DN Việt trước áp lực từ phía khách hàng, cũng đã và đang chuyển đổi để chủ động thích ứng.

Đồng quan điểm, ông Ulrich Weigl, Trưởng ban Thương mại, phái đoàn EU tại Việt Nam cho biết, những rào cản thương mại mới mà EU đưa ra tập trung vào giải quyết mục tiêu chung toàn cầu là biến đổi khí hậu, phát triển bền vững... Hiện đã có các mô hình chuyển đổi thành công và được phổ biến để các DN toàn cầu có thể đối chiếu và áp dụng. Theo quan sát của ông, tín hiệu đáng mừng là DN Việt Nam đã có sự quan tâm và thể hiện tính sẵn sàng trong chuyển đổi xanh.

Điển hình có thể kể đến là Tôn Đông Á, dù chưa thực sự bị kiểm soát mà chỉ mới ở mức khai báo các quy định của CBAM nhưng DN này đã chủ động chuẩn bị chuyển đổi công nghệ, ứng dụng thêm máy móc hiện đại, thực hành giảm phát thải và kiểm kê từ

đơn bị thứ ba... "Chúng tôi chuẩn bị để khi các chính sách thực thi chính thức không phải vướng rào cản, giảm lợi thế cạnh tranh", giám đốc kế hoạch Tôn Đông Á, ông Nguyễn Thanh Vĩnh Nhật chia sẻ.

Đứng ở phía DN đặt hàng, bà Anastasia Howe, Giám đốc phát triển bền vững H&M cho biết, tuy áp lực không ít nhưng đây chính là cơ hội để nâng tầm các chuẩn mực vận hành, công bằng cho tất cả DN trên chuỗi cung ứng. Đây là bước thay đổi cần thiết để phát triển. Như các thương hiệu toàn cầu khác, H&M có nhà cung ứng ở nhiều quốc gia khác nhau, buộc phải kiểm soát được tính bền vững trên cả chuỗi, quản lý các phụ phẩm, truy xuất dấu chân carbon... Kinh nghiệm của H&M là truyền thông đến đối tác cung ứng bộ quy chuẩn, kêu gọi họ cùng tham gia, thống nhất với tất cả các nhà cung cấp, cho họ thấy được lộ trình và các lợi ích cụ thể sau chuyển đổi. Đồng thời, có các khoản vay cho để các nhà cung cấp, đầu tư phát triển, ứng dụng công nghệ mới...

"Không chỉ nghe DN dệt may, nông nghiệp, nội thất... tính toán về tính tuần hoàn trong sản xuất, tôi cũng đã chứng kiến các bộ ngành Việt Nam đã và đang làm việc chặt chẽ với chính quyền EU để thống nhất, tiến đến xây dựng thị trường carbon, thực hành chuyển đổi xanh... Tôi tin các DN Việt sẽ tuân thủ CBAM, EUDR một cách thuận lợi. Đây là cơ hội làm sạch chuỗi cung ứng, tối ưu hóa nền kinh tế", ông Ulrich Weigl nhấn mạnh. 📌





# Giải pháp năng lượng giúp giảm phát thải khí nhà kính

➤ KỸ SƯ TRẦN ĐĂNG NHƠN  
Giám đốc Công ty Năng lượng sạch Ân Đan

VIỆC THỰC HIỆN TRIỆT ĐỂ CÁC GIẢI PHÁP TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG HIỆU QUẢ CÓ THỂ GIÚP DOANH NGHIỆP (DN) TIẾT KIỆM TỪ 30 ĐẾN 50% HÓA ĐƠN TIÊU THỤ ĐIỆN. TẠI KHÓA ĐÀO TẠO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ SỬ DỤNG NĂNG LƯỢNG TIẾT KIỆM, HIỆU QUẢ TRONG NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ, THUỘC DỰ ÁN HỆ SINH THÁI NĂNG SUẤT VÌ VIỆC LÀM BỀN VỮNG CHO DN NGÀNH GỖ VIỆT NAM, KỸ SƯ TRẦN ĐĂNG NHƠN ĐÃ CÓ NHỮNG TƯ VẤN CỤ THỂ CHO VIỆC THỰC HÀNH TIẾT KIỆM ĐIỆN NÓI RIÊNG VÀ NĂNG LƯỢNG NÓI CHUNG TRONG NHÀ MÁY.

**D**ể khuyến khích giảm phụ tải, cân bằng lưới điện, nhà cung cấp điện không cào bằng mà đã đưa ra 3 khung giá tiêu thụ điện đối với DN sản xuất. Thời gian đầu triển khai là thách thức lớn vì chi phí tiêu thụ điện tăng do khung giá giờ cao điểm được nâng lên. Tuy nhiên, khi thích ứng được với yêu cầu mới, khung giá này lại là lợi thế. Nguyên nhân là nhờ DN có kế hoạch sử dụng máy móc hợp lý, sắp xếp hoạt động sản xuất tránh tiêu thụ điện giờ cao điểm, từ đó giảm chi phí tiền điện cho DN.

## Điểm vàng giờ cao điểm

Quy định giờ cao điểm tiêu thụ điện là từ 9 giờ 30 đến 11 giờ 30 sáng, chiều từ 17 giờ đến 20 giờ gồm các ngày từ thứ Hai đến thứ Bảy, ngày chủ nhật không có giờ cao điểm. Để tránh khung giờ này mà không ảnh hưởng đến sản xuất, DN cần theo dõi 1 thiết bị hoạt động trung bình bao nhiêu thời gian/ngày. Khi đã biết tổng thời gian hoạt động của thiết bị, đội ngũ quản lý sản xuất sẽ đưa ra lịch trình chạy máy, sao cho thời gian nghỉ của máy trùng vào khung giờ cao điểm. Chuyển sản xuất của DN chế biến gỗ luôn có sự tham gia của con người, khoảng thời gian nghỉ của máy nên được tận dụng cho việc chuẩn bị từ phía công

nhân như: di chuyển, tiếp tế và sắp xếp nguyên phụ liệu sẵn sàng để tránh được tình trạng máy non tải, không tải khi chuyển hoạt động.

Thực tế, sắp xếp lại kế hoạch sản xuất có thể giúp DN tiết kiệm khoảng 10% chi phí năng lượng. Với hóa đơn tiền điện giảm lên đến hàng tỷ đồng/tháng, giảm tiêu thụ điện trong giờ cao điểm, sa thải các phụ tải không cần thiết vào giờ cao điểm giúp DN có thể tiết kiệm được hàng tỷ đồng mỗi năm, giảm được chi phí đầu vào. Do vậy, chuyển đổi cơ cấu sản xuất tránh giờ cao điểm là rất cần thiết.

## Động cơ hiệu suất cao

Sử dụng thiết bị hiện đại giúp tiết kiệm điện là ưu tiên hàng đầu và thuận lợi nhất. Động cơ hiệu suất cao kích thước nhỏ gọn, tuổi thọ cao, giảm nhiệt độ, giảm tiếng ồn, tiêu thụ ít điện năng nhưng đắt tiền. Nếu được lựa chọn từ ban đầu thì sẽ giúp DN tiết kiệm năng lượng. DN có thể lựa chọn kích cỡ sao cho hoạt động vận hành đạt từ 65% đến 100% công suất định mức và xem xét thay thế động cơ khi tải nhỏ hơn 40% công suất định mức. Nguyên tắc hàng đầu trong việc lựa chọn thiết bị là động cơ phải phù hợp với đặc điểm tải, nâng cao chất lượng tiêu thụ điện năng.





RÒ RỈ HƠI CỦA NỒI HƠI



SỬ DỤNG THIẾT BỊ CŨ GÂY TIÊU HAO NHIỀU NĂNG LƯỢNG



HỆ THỐNG CHIẾU SÁNG LẤY THÊM SÁNG TỪ TỰ NHIÊN

### GIẢI PHÁP TIẾT KIỆM CHO ĐỘNG CƠ ĐIỆN:

Xây dựng kế hoạch bảo trì bảo dưỡng thiết bị điện, nước chi tiết để quản lý thiết bị hiệu quả.

Duy trì hệ số công suất máy biến bằng cách lắp tụ bù.

Chọn động cơ có công suất phù hợp để tránh hiệu quả sử dụng kém.

Thay các động cơ hỏng, quá tải hoặc non tải thành động cơ hiệu suất cao.

Sử dụng động cơ servo.

Sử dụng bộ biến tần cho các động cơ phù hợp.

Sử dụng bộ tiết kiệm cho động cơ.

Thực tế DN gỗ thường có mặt bằng tầng mái nhà xưởng khá rộng nên tiềm năng lắp hệ thống điện mặt trời là rất lớn. Nếu có chính sách phù hợp, ngành gỗ hoàn toàn có thể đạt NetZero vào năm 2050.

Tuy nhiên, với một nhà máy, câu chuyện đầu tư thiết bị tối tân không hề dễ dàng. Các nhà máy chế biến gỗ Việt Nam phần nhiều đã có lịch sử hơn 20 năm gây dựng. Thông thường, các DN đầu tư theo dạng cuốn chiếu, tùy theo đơn hàng và yêu cầu từ thị trường mà mua sắm trang thiết bị theo phương châm “liệu cơm gắp mắm” nên sẽ khó có được tính đồng bộ.

Một cơ hội tiết kiệm năng lượng khác cho nhà máy là kiểm soát hiệu quả máy nén khí, cụ thể là áp suất khí nén và công suất tiêu hao. Khảo sát thực tế các nhà máy cho thấy, ngay cả nhà máy hiện đại như Happy Furniture cũng bị rò rỉ 15% khí nén. Có DN rò rỉ đến hơn 80% khí nén, mức lãng phí đáng báo động. Hiện trạng phổ biến trong các nhà máy hiện nay là cài đặt áp cao và rò rỉ khí nén khiến máy nén khí tiêu thụ điện năng cao hơn mức cần thiết. Do vậy, thiết kế hệ thống máy nén khí áp thấp mà vẫn duy trì được sản xuất sẽ giúp tiết kiệm điện ở máy nén khí. Bên cạnh đó, cũng cần lưu ý thêm về việc sụt áp trên đường ống lớn. Để quản lý được tiêu thụ năng lượng ở các máy nén khí, việc thiết kế lắp đặt ban đầu phải hợp lý. Với hệ thống máy nén khí đã được lắp đặt, DN cần dành thời gian tổ chức lại. Chỉ riêng việc đơn giản như vặn siết lại các van dẫn khí cũng đã giúp DN tối ưu được hiệu suất của các máy nén khí.

Còn khá nhiều giải pháp tiết kiệm tiêu thụ năng lượng cho DN chế biến gỗ khác như quản lý hệ thống điều hòa không khí khối văn phòng, quản lý hệ thống lò hơi.... Phần lớn hệ thống lò hơi ở các nhà máy chế biến gỗ Việt Nam đã cũ. Đầu tư lò hơi mới hiệu suất cao, kiểm soát và tối ưu vận hành lò hơi cũng giúp DN giảm được nhiên liệu cho lò hơi, giảm ô nhiễm môi trường. Bên cạnh đó, sử dụng nhiên liệu đốt thân thiện với môi trường, biomass, hay tận dụng gỗ thải, mùn cưa trong hoạt động sản xuất cũng sẽ hỗ trợ DN tiết kiệm được khá nhiều chi phí.

Để đưa ra được một chiến lược tiết kiệm năng lượng hiệu quả, DN cần có thời gian ngồi lại, xem xét cụ thể từng bộ phận, kiểm kê tiêu năng lượng trong mọi hoạt động của DN để có được giải pháp cụ thể cho từng trường hợp. Có thể, hoạt động này đòi hỏi nhiều thời gian và công sức nhưng chắc chắn, khi đã quản lý năng lượng tiêu thụ hiệu quả, lợi thế cạnh tranh của DN sẽ được nâng lên. 📌



CANFOR CORPORATION:

# Lồng ghép tính bền vững vào hoạt động kinh doanh

➤ PHẠM HỒNG THỦY



CAM KẾT VỀ TÍNH BỀN VỮNG CỦA CANFOR ĐƯỢC THỂ HIỆN TRONG TOÀN BỘ HOẠT ĐỘNG, TỪ RỪNG GIÀ ĐẾN CÁC SẢN PHẨM HOÀN THIỆN ĐẾN TAY NGƯỜI TIÊU DÙNG.

U ời lịch sử bắt đầu từ những năm 1930, Canfor Corporation (Canfor) là công ty nông lâm nghiệp tích hợp có trụ sở tại Vancouver với hơn 50 nhà máy sản xuất tại Canada (British Columbia, Alberta), Hoa Kỳ (Bắc và Nam Carolina, Alabama, Georgia, Mississippi và Arkansas) và Thụy Điển. Canfor chủ yếu sản xuất gỗ xẻ, gỗ kỹ thuật, bột giấy, giấy, viên nén,... Công ty nắm giữ 70% cổ phần tại Vida AB, xưởng cửa tư nhân lớn nhất Thụy Điển và cũng sở hữu 54,8% cổ phần tại Canfor Pulp Products Inc.



CANFOR SẼ XÂY DỰNG NHÀ MÁY HIỆN ĐẠI MỚI TRỊ GIÁ 200 TRIỆU USD TẠI HOUSTON, CANADA

Canfor đã đầu tư ít nhất 250 triệu USD với mục tiêu là giảm 42% lượng khí thải nhà kính vào năm 2030 và đạt mức 0% vào năm 2050. Hiểu rõ tầm quan trọng của công tác nghiên cứu và phát triển (R&D), Canfor đã hợp tác với các tổ chức nghiên cứu, các trường đại học, các chuyên gia tư vấn nội bộ và bên ngoài tại Canada để trở thành nhà sản xuất bền vững, tái tạo năng lượng xanh với các sản phẩm sinh học sáng tạo có thể tái tạo hoàn toàn, tái chế và tái sử dụng rộng rãi cho người tiêu dùng.

Canfor sẽ đầu tư khoảng 200 triệu USD để xây dựng một cơ sở sản xuất hiện đại mới tại Houston, British Columbia, Canada. Bruce Ralston, Bộ trưởng Lâm nghiệp British Columbia, đã đưa ra tuyên bố sau đây để phản hồi về khoản đầu tư của Canfor vào hoạt động của nhà máy tại Houston: "Rừng và lâm nghiệp





đóng vai trò quan trọng đối với nhiều cộng đồng tại British Columbia. Không còn nghi ngờ gì nữa, chúng ta đang trong giai đoạn chuyển đổi trong ngành lâm nghiệp. Lâm nghiệp là và sẽ vẫn là nền tảng của nền kinh tế British Columbia, và Chính phủ cam kết đảm bảo rằng lâm nghiệp vẫn là một ngành công nghiệp mạnh mẽ và bền vững”.

**Gỗ xẻ:** Các sản phẩm gỗ xẻ Spruce-Pine-Fir (SPF) và Southern Yellow Pine (SYP) sấy khô của Canfor đồng đều về chất lượng, bền vững và có thể tái tạo, lý tưởng cho nhiều loại công trình dân dụng, thương mại và công nghiệp.

**Bột giấy và giấy:** Các nhà máy bột giấy của Canfor là nhà máy lọc sinh học khép kín đã tận dụng hầu như 100% sợi gỗ để sản xuất bột giấy và các sản phẩm giấy với độ bền và chất lượng vượt trội, đồng thời sử dụng các phế phẩm trong quá trình sản xuất tạo ra nguồn năng lượng xanh cho các hoạt động sản xuất khác. Các phế phẩm từ hoạt động khai thác gỗ của Canfor đã trở thành nguồn sợi cho các nhà máy bột giấy, đồng thời được sử dụng để sưởi ấm các xưởng cưa hoặc được chế biến thành các viên nén như một nguồn nhiên liệu xanh.

**Sản xuất năng lượng xanh:** Canfor đẩy mạnh đầu tư vào các nghiên cứu cải thiện hiệu suất môi trường và hiệu quả năng lượng của các nhà máy bột giấy, để giảm 70% việc sử dụng nhiên liệu hóa thạch trong 15 năm qua. Các quy trình của Công ty hiệu quả hơn về mặt sinh thái với mục tiêu phát triển đủ năng lực để tự cung cấp năng lượng. Các nhà máy bột giấy tách sợi và sử dụng các thành phần không phải sợi làm nhiên liệu, giảm thiểu chất thải và tác động sinh thái đã sử dụng hơi nước được tạo ra trong lò hơi để tạo ra điện và nhiệt cho hoạt động của mình và sản xuất điện dư thừa để cung cấp lưới điện cho địa phương.

**Nhà máy cưa:** Các nhà máy sản xuất viên nén của Canfor tại Houston đã sản xuất 217.000 tấn viên nén gỗ công nghiệp hàng năm. Bằng cách chuyển đổi chất thải từ xưởng cưa thành sản phẩm viên nén gỗ công nghiệp, Canfor có thể giảm thiểu chất thải và cung cấp năng lượng xanh cho các khách hàng ở châu Âu, Bắc Mỹ và châu Á. Các nhà máy của Canfor đều được chứng nhận theo SBP, là hệ thống đảm bảo sinh khối gỗ được sử dụng trong sản xuất năng lượng có nguồn gốc hợp pháp và bền vững và công ty đủ tiêu chuẩn sản xuất các sản phẩm từ các khu rừng được quản lý bền vững bằng cách duy trì rừng, bảo tồn đa dạng sinh học và bảo vệ rừng. Nhà máy đồng phát sinh khối Canfor Green Energy công suất 18MW tại Grande Prairie cung cấp nhiệt và điện tái tạo cho nhà máy cưa Grande Prairie và chẳng những vậy, còn bán thêm điện tái tạo cho lưới điện Alberta.

Trong những năm vừa qua, Canfor đã đạt được những tiến bộ mạnh mẽ trong hành trình phát triển bền vững khi công ty lồng ghép tính bền vững vào giá trị cốt lõi trong hoạt động kinh doanh mình. Thông qua các sản phẩm, Canfor đã bắt đầu hành trình phát triển bền vững đầy tham vọng để suy nghĩ khác đi về những gì công ty sẽ làm và cách Canfor có thể mang lại lợi ích không chỉ cho hành tinh của chúng ta mà còn cho con người, cộng đồng, khách hàng. 🌱

(Nguồn: canfor.com)



# Robot, AI vào cuộc cách mạng của ngành

➤ SHAFIQUR RAHMAN  
Giám đốc HATIL

HAI THỂ LỰC MẠNH MỀ: ROBOT VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) ĐANG ĐỊNH HÌNH LẠI CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP TRÊN TOÀN CẦU. TÁC ĐỘNG CỦA CHÚNG THẬT SÂU SẮC VÀ RỘNG KHẮP, TỪ Ô TÔ ĐẾN CHĂM SÓC SỨC KHỎE VÀ GIỜ ĐÂY LÀ CÁCH MẠNG HÓA CÁCH CHÚNG TA THIẾT KẾ, SẢN XUẤT VÀ TƯƠNG TÁC VỚI ĐỒ NỘI THẤT.



**Ai** ra đời đã mang đến sự thay đổi lớn trong cách ngành thiết kế nội thất và tùy chỉnh sản phẩm. Theo truyền thống, thiết kế nội thất là một quá trình đòi hỏi nhiều công sức, những người thợ thủ công lành nghề phải làm đi làm lại sản phẩm nhiều lần để hoàn thiện. Tuy nhiên, phần mềm và thuật toán hỗ trợ AI đang thay đổi câu chuyện này. Ngày nay, AI cho phép chúng ta tạo ra các thiết kế phức tạp với mức độ chính xác và hiệu quả mà trước đây không thể tưởng tượng được.

## Thiết kế và tùy chỉnh

Các thuật toán tiên tiến có thể phân tích hàng loạt thông số thiết kế và tạo ra các giải pháp tối ưu với lượng thời gian rất ít so với một nhà thiết kế. Điều này không chỉ đẩy nhanh quá trình thiết kế mà còn mở ra những khả năng mới cho đổi mới và sáng tạo.

Thêm vào đó, AI đang biến tùy chỉnh thành một tính năng tiêu chuẩn hơn là một tính năng xa xỉ. Với AI, các nhà sản xuất nội thất có thể cung cấp sản phẩm được cá nhân hóa ở quy mô lớn, đáp ứng thị hiếu và nhu cầu riêng biệt của từng khách hàng.

Điều này trở thành hiện thực là nhờ các thuật toán học máy có thể dự đoán sở thích của khách hàng dựa trên hành vi trong quá khứ và xu hướng hiện tại.

## Thực tế ảo và thực tế tăng cường

Thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) là hai công nghệ mới nổi đang có những bước tiến đáng kể trong ngành công nghiệp nội thất. Chúng mang đến những trải nghiệm nhập vai giúp nâng cao quá trình ra quyết định và tăng sự hài lòng của khách hàng.

VR cho phép khách hàng hình dung đồ nội thất trong môi trường ảo. Công nghệ này cho phép khách hàng "đạo bước" qua một căn phòng ảo để xem các món nội thất khác nhau trông như thế nào và phù hợp với nhau ra sao. Trải nghiệm nhập vai này giúp khách hàng đưa ra quyết định đủ thông tin và giảm khả năng trả lại hàng.

Mặt khác, AR cho phép khách hàng hình dung đồ nội thất trông như thế nào trong không gian của riêng họ. Điều này không chỉ nâng cao trải nghiệm mua sắm mà còn giúp giảm thời gian và công sức liên quan đến việc mua sắm nội thất.

## Tối ưu hóa chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng là một thành phần quan trọng của ngành nội thất, bao gồm mọi thứ từ tìm nguồn nguyên liệu thô đến giao sản phẩm cuối cùng cho khách hàng. Với sự ra đời của AI, chuỗi cung ứng đang trải qua một sự chuyển đổi đáng kể.



Thuật toán AI có thể phân tích một lượng lớn dữ liệu để dự đoán nhu cầu, tối ưu hóa mức hàng tồn kho và cải thiện quy trình hậu cần và giao hàng. Điều này dẫn đến giảm chi phí, tăng hiệu quả và cải thiện sự hài lòng của khách hàng.

Ví dụ, phân tích dự đoán giúp dự báo xu hướng nhu cầu trong tương lai, cho phép các nhà sản xuất điều chỉnh lịch trình sản xuất cho phù hợp. Điều này không chỉ có tác dụng ngăn ngừa sản xuất quá mức và lãng phí, mà còn đảm bảo rằng các sản phẩm phổ biến luôn có sẵn trong kho.

## Sản xuất thông minh

Quy trình sản xuất là trái tim của ngành công nghiệp nội thất. Với sự ra đời của robot dùng AI, quy trình này đang trở nên ngày càng thông minh và hiệu quả.



Robot được trang bị thị giác của máy tính và thuật toán AI có thể thực hiện các nhiệm vụ phức tạp với độ chính xác và hiệu quả cao. Chúng có thể cắt, tạo hình và lắp ráp nội thất với mức độ chính xác vượt xa khả năng của con người, giúp cải thiện không chỉ chất lượng sản phẩm mà còn tăng tốc độ sản xuất.

Hơn nữa, các hệ thống sản xuất thông minh có thể thích ứng với những thay đổi về nhu cầu, giảm thiểu lãng phí và cải thiện việc sử dụng tài nguyên. Chúng cũng có thể xác định các vấn đề tiềm ẩn theo thời gian thực, cho phép bảo trì chủ động và giảm thời gian chết.

## Trải nghiệm khách hàng được cá nhân hóa

Ngày nay, trải nghiệm khách hàng được cá nhân hóa đã trở thành yếu tố chính làm nên sự khác biệt đối với các doanh nghiệp trong nhiều ngành, ngành công nghiệp nội thất cũng không ngoại lệ. AI đóng vai trò then chốt trong việc cung cấp trải nghiệm khách hàng được cá nhân hóa.

Ví dụ, chatbot dùng AI cung cấp hỗ trợ ảo 24/7, trả lời các câu hỏi của khách hàng, đề xuất sản phẩm và thậm chí hỗ trợ mua hàng. Các chatbot này tận dụng thuật toán học máy để hiểu sở thích của khách hàng, cung cấp các phản hồi phù hợp, từ đó nâng cao trải nghiệm chung của khách hàng.

## Tương lai của Robot và AI trong ngành sản xuất nội thất

Khi chúng ta hướng tới tương lai, tiềm năng của Robot và AI trong ngành sản xuất nội thất là vô cùng lớn.

Với thiết kế và tùy chỉnh được AI hỗ trợ, khách hàng sẽ có quyền kiểm soát hơn bao giờ hết đối với các sản phẩm họ mua, mang đến trải nghiệm mua sắm được cá nhân hóa và thỏa mãn hơn. Việc tích hợp VR và AR sẽ nâng cao hơn nữa trải nghiệm này, giúp việc mua sắm nội thất có tính tương tác và nhập vai hơn.

Về mặt sản xuất, Robot và AI sẽ đưa hiệu quả và độ chính xác lên tầm cao mới. Hệ thống sản xuất thông minh sẽ thích ứng với những thay đổi về nhu cầu theo thời gian thực, giảm thiểu lãng phí và cải thiện việc sử dụng tài nguyên. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí mà còn góp phần tạo nên một ngành nội thất bền vững hơn. 📌

SẢN XUẤT TẠI  
VIỆT NAM



LIHSING®



CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN BCA

Địa chỉ: Khu Phố Phước Hải, Phường Thái Hòa, Thị Xã Tân Uyên, Tỉnh Bình Dương

Đường dây nóng: 0274-3791688/788/988 FAX: 0274-3752557 <https://www.facebook.com/ctybca>







### CÔNG TY TNHH MỸ NGHỆ LAM HOME

257/8/5 Nguyễn Thị Thập, P. Tân Phú, Q.7,  
TP. Hồ Chí Minh  
Lĩnh vực hoạt động: Hàng thủ công mỹ nghệ  
Đại diện: Bùi Nhật Lam  
Điện thoại: 0908 880 801  
Email: lamhome@lamcraftvn.com  
Website: www.lamcraftvn.com



### CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI CA NA

37, đường 413, ấp 3, X. Phước Vĩnh An,  
H. Củ Chi, TP. Hồ Chí Minh  
Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất nội thất gỗ  
Đại diện: Nguyễn Thị Hào  
Điện thoại: 0325 165 838  
Email: sales@canavn.com  
Website: www.canavn.com



### CÔNG TY TNHH KHÓA HUY HOÀNG

Lô 41D, KCN Quang Minh, Mê Linh  
Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất và phân phối các  
sản phẩm khóa và phụ kiện cửa  
Đại diện: Lưu Đức Phong  
Điện thoại: 19001764  
Email: info@huyhoanglock.com.vn  
Website: khoahuyhoang.com



### CÔNG TY TNHH GENEPA VIỆT NAM

Nhà xưởng A\_18A21\_CN, lô A\_18A21\_CN, KCN  
Bàu Bàng, X. Lai Hưng, H. Bàu Bàng, T. Bình Dương  
Lĩnh vực hoạt động: Nội thất  
Đại diện: Kanamori Yotaro  
Điện thoại: 0907 834 160  
Email: ie@genepa-vn.com





- ❖ Khổ ấn phẩm: 21x30cm
- ❖ In màu chất lượng cao
- ❖ Phát hành 2 tháng/tập
- ❖ Lượng phát hành: 2.000 cuốn/tập
- ❖ Đối tượng phát hành: hội viên, các VPĐD mua hàng, nhà thiết kế, tổ chức, các ban ngành, trường học...
- ❖ Phát hành miễn phí đến hội viên

## BẢNG GIÁ QUẢNG CÁO

VỊ TRÍ	CHÚ THÍCH	1 TẬP	3 TẬP (Giảm 5%)	6 TẬP (Giảm 9%)	9 TẬP (Giảm 12%)	12 TẬP (Giảm 15%)
TRANG BÌA	Bìa 2	15.000.000	14.250.000	13.650.000	13.200.000	12.750.000
	Bìa 3	15.000.000	14.250.000	13.650.000	13.200.000	12.750.000
	Bìa 4	18.000.000	17.100.000	16.380.000	15.840.000	15.300.000
TRANG RUỘT	Nguyên trang	9.000.000	8.550.000	8.190.000	7.920.000	7.650.000
NỬA TRANG	21x15cm	5.500.000	5.225.000	5.005.000	4.840.000	4.675.000
CHÂN TRANG	21x4cm	2.500.000	2.375.000	2.275.000	2.200.000	2.125.000





# CÔNG TY TNHH HÀO HƯNG

*Giá tốt!  
Chất lượng  
vượt trội*



- ◆ Cung ứng nguyên liệu ván chất lượng cao, chống ẩm, chịu nước.
- ◆ Đáp ứng mọi quy chuẩn các trong nước và thị trường quốc tế. Thân thiện môi trường.

- ◆ Phong phú lựa chọn.  
Độ rộng lên đến 1.220mm x 2.440mm độ dày từ 5mm-25mm.
- ◆ Các mặt Birch với chất lượng tốt nhất.
- ◆ 30 chi nhánh toàn quốc.
- ◆ Năng lực cung ứng:  
MDF 14.000m<sup>3</sup>/tháng;  
Ván ép: 16.000m<sup>3</sup>/tháng.



*Niềm tin dẫn lối thành công*



## **NHÀ MÁY VÁN MDF VÀ BỘT SỢI GỖ**

Lô H4-H5, KM2, Đường ĐT 769,  
KCN Dầu Giây, thị trấn Dầu Giây,  
huyện Thống Nhất, tỉnh Đồng Nai  
Hotline: (0251) 3772004  
Ms. Triều: 0975 263 068  
Mr. Thảo: 0986 757 539  
Email: haohungdaugiay@gmail.com  
haohung09@yahoo.com



## **NHÀ MÁY VÁN ÉP FLYWOOD**

Thôn Đông Bình, xã Bình Chánh,  
huyện Bình Sơn, tỉnh Quảng Ngãi  
Hotline: (0255) 3852 950  
Ms. Triều: 0975 263 068  
Ms. Sương: 0398 053 190  
Email: hhlaqng@gmail.com  
haohung09@yahoo.com



MDF



VÁN ÉP



BỘT SỢI GỖ



[www.haohungwoodchip.com](http://www.haohungwoodchip.com)



Established in 1991, DTC is among the top 3 manufacturers of furniture fittings in the world. Operating 5 production sites which covers over 600000 m<sup>2</sup>, DTC specializes in producing concealed hinges, drawer slides, drawer box systems, kitchen and wardrobe storage systems, lifting systems, sliding door systems, and connecting fittings. The well-made products fully satisfy European and American quality standards.

Được thành lập vào năm 1991, tập đoàn DTC luôn nằm trong số 3 thương hiệu sản xuất phụ kiện nội/ngoại thất hàng đầu thế giới. Với 5 nhà máy sản xuất vượt diện tích hơn 600,000 m<sup>2</sup>, tập đoàn DTC chuyên sản xuất các sản phẩm chính phục vụ hoạt động “đóng mở” như hệ thống bản lề, ray trượt ngăn kéo, ray hộp ngăn kéo, thiết bị lưu trữ vật dụng cho bếp và tủ quần áo, hệ thống tay nâng, giải pháp cửa trượt và phụ kiện liên kết. Các sản phẩm được hoàn thiện với độ chính xác cao, thiết kế tỉ mỉ, hoàn toàn đáp ứng các yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng của châu Âu và Bắc Mỹ.

## VIETNAM DISTRIBUTOR CÔNG TY TNHH RAY TRƯỢT DTC

Bình Dương: số 469 Nguyễn Thị Minh Khai, Phú Hòa, TP. Thủ Dầu Một  
TP. Hồ Chí Minh: 260 Trường Chinh, P. Tân Hưng Thuận, Quận 12  
ĐT: 0908628520  
Email: chaugiavan2000@gmail.com  
Web: www.raytruotgiamchandtc.com



WEB



FACEBOOK

